

Aptiva
Soluciones

- **EMPLEADO/A DE AGENCIAS DE VIAJE**
- **GUÍA DEL FORMADOR/A- USUARIO/A**

Aptiva
Soluciones

Empleado/a de agencia de viajes

www.aptiva.es



EMPLEADO/A DE AGENCIA DE VIAJES

GUÍA DEL/LA FORMADOR/A – USUARIO/A:

<u>GENERAL</u>	<u>4</u>
Denominación de la especialidad	4
Introducción	4
Descripción de los Materiales didácticos	4
Orientación Metodológica	4
Orientación de la Evaluación	6
Perfil del Alumnado y atención a la diversidad.	7
Relación y temporalización de los diferentes módulos	8
Utilización del material didáctico desde la web	9
<u>MÓDULO 1</u>	<u>10</u>
Denominación del módulo	10
Objetivos específicos y criterios de evaluación	10
Actitudes	11
Unidades Didácticas y temporalización.	11
Contenidos formativos	11
Metodología	12
Evaluación	16
Solucionarios	19
<u>MÓDULO 2</u>	<u>21</u>
Denominación del módulo	21
Objetivos específicos y criterios de evaluación	21
Actitudes	22
Unidades Didácticas y temporalización.	22
Contenidos formativos	22
Metodología	24
Evaluación	28
Solucionarios	30
<u>MÓDULO 3</u>	<u>32</u>
Denominación del módulo	32
Objetivos específicos y criterios de evaluación	32
Actitudes	33
Unidades Didácticas y temporalización	33
Contenidos formativos	33
Metodología	34
Evaluación	40

Solucionarios	42
<u>MÓDULO 4</u>	<u>43</u>
Denominación del módulo	43
Objetivos específicos y criterios de evaluación	44
Actitudes	44
Unidades Didácticas y temporalización.	44
Contenidos formativos	44
Metodología	46
Evaluación	49
Solucionarios	51
<u>MÓDULO 5</u>	<u>53</u>
Denominación del módulo	53
Objetivos específicos y criterios de evaluación	53
Actitudes	53
Unidades Didácticas y temporalización.	53
Contenidos formativos	54
Metodología	55
Evaluación	60
Solucionarios	62
<u>MÓDULO 6</u>	<u>63</u>
Denominación del módulo	63
Objetivos específicos y criterios de evaluación	63
Actitudes	64
Unidades Didácticas y temporalización.	64
Contenidos formativos	64
Metodología	65
Evaluación	69
Solucionarios	71
<u>MÓDULO 7</u>	<u>73</u>
Denominación del módulo	73
Objetivos específicos y criterios de evaluación	73
Actitudes	73
Unidades Didácticas y temporalización.	74
Contenidos formativos	74
Metodología	75
Evaluación	78
Solucionarios	80
<u>MÓDULO 8</u>	<u>81</u>
Denominación del módulo	81

Objetivos específicos y criterios de evaluación	81
Actitudes	82
Unidades Didácticas y temporalización	82
Contenidos formativos	82
Metodología	83
Evaluación	88
Solucionarios	90

EMPLEADO/A DE AGENCIA DE VIAJES

➤ **Denominación de la especialidad:**

Empleado/a de agencia de viajes

➤ **Introducción:**

En esta guía pretendemos ofrecer al/la formador/a una visión general sobre la metodología a seguir en la impartición de la especialidad formativa de Empleado/a de agencia de viajes con el apoyo de los materiales didácticos elaborados para la misma.

Estos materiales se han elaborado a partir de un proyecto cuyo objetivo es lograr la capacitación teórico-práctica que ofrece las materias que engloba la formación de Empleado/a de agencia de viajes, aplicado a empresas de servicios, concretamente a la agencia de viajes.

➤ **Descripción de los Materiales Didácticos:**

Los materiales didácticos disponibles para este curso son:

- La presente Guía en la que se ofrece información acerca de los objetivos, contenidos, metodología, evaluación, temporalización y actividades presentes en cada uno de los módulos.
- Los distintos manuales didácticos de cada módulo formativo.

El material didáctico se presenta en pantalla por lo que su utilización resulta muy sencilla. En la parte superior se encuentra una barra por la que se accede a los esquemas de los diferentes módulos que componen el material didáctico, mientras que en la parte izquierda se localizan los accesos a los contenidos del curso y otros accesos complementarios, como enlaces de interés, casos prácticos, etc.

➤ **Orientación Metodológica:**

El objetivo principal de este apartado es asesorar a los/as formadores/as en la impartición de las materias concernientes a la formación de los /as empleados/as de agencia de viajes y los materiales

didácticos relacionados con ello, para que las personas que intervengan como formadores/as puedan aprovecharlos al máximo y conozcan cómo han sido elaborados.

Dentro de los contenidos de los cursos de FPO hay que considerar siempre necesario incluir unos temas que se denominan transversales, que suelen ser:

- Orientación laboral
- Prevención de riesgos laborales
- Sensibilización medioambiental
- Igualdad de oportunidades
- Introducción a las tecnologías de la información y la comunicación.

La orientación laboral se inserta en los planes de FPO ya que el objetivo final es la inserción en el mercado de trabajo. Para ello, es necesario conocer la estructura del mercado de trabajo y las mejores técnicas de búsqueda de empleo y desarrollo de currículum.

En cuanto a la prevención de riesgos laborales, es necesario que los/as trabajadores/as sean conscientes de los posibles peligros que supone su trabajo y cómo realizarlo para minimizar riesgos.

La Sensibilización medioambiental pretende crear una conciencia de respeto al entorno y cuidado del medio ambiente, ya que todos/as los/as trabajadores/as deben estar concienciados/as, al igual que el resto de agentes sociales, de la necesidad de respetar y ser cuidadosos/as con el medio en el que vivimos, buscando el desarrollo sostenible de la economía, sin perjudicar al medio ambiente.

En cuanto a la Igualdad de oportunidades, es también necesario formar en esta materia, ya que, en la sociedad en que vivimos aun queda trabajo por hacer para lograr la igualdad entre los distintos colectivos y buscar la integración de todos/as. El mercado de trabajo en este proceso de integración juega un papel fundamental, ya que la inserción laboral es necesaria para la integración plena de las personas y eliminar la marginación de algunos colectivos.

Finalmente, la formación en tecnologías de la información y la comunicación pretende integrar a los/as futuros/as trabajadores/as en las tecnologías que se utilizan y se están introduciendo progresivamente en el mundo empresarial. Los/as trabajadores/as que no dominen las nuevas tecnologías quedarán retrasados/as con respecto a los/las demás, y les será especialmente difícil integrarse en el mercado de trabajo.

➤ Orientación de la Evaluación:

Se propone la evaluación continua para medir los conocimientos alcanzados por los/as usuarios/as; ello supone evaluar los conocimientos a medida que son adquiridos. La justificación de la utilización de esta metodología de evaluación se basa en la necesidad de que se realice un proceso de aprendizaje significativo de los conocimientos, lo que consiste en que los nuevos conocimientos se basen en otros ya asimilados, de forma que todo lo aprendido se enlace, alcanzando el máximo nivel de comprensión y de esta manera se podrá sacar el máximo provecho de los conocimientos aprendidos.

La evaluación continua precisa de un constante flujo de información del/a alumno/a hacia el profesor/a, para que éste tenga las variables necesarias para llevar a cabo la evaluación. Dicha evaluación permite al/la formador/a elaborar diferentes estrategias para orientar el aprendizaje de los/as alumnos/as, y que éstos también puedan conocer los resultados de su evaluación para desarrollar estrategias propias.

La evaluación coincide por tanto con el proceso de aprendizaje, y se desarrollará en tres fases:

1. **Fase de diseño:** Antes del desarrollo del curso se deben programar los contenidos y los objetivos que se prevén alcanzar y su validación, que serán luego el referente de la evaluación. Se debe elaborar también un diseño del método que se va a utilizar después para recibir la información del aprendizaje del alumno/a.
2. **Fase de ejecución:** Consiste en el desarrollo del plan diseñado anteriormente. El/a formador/a dirige el proceso de aprendizaje, recibe información y detecta los posibles problemas, modificando si es necesario el plan diseñado para poder dar solución a dichos problemas.
3. **Fase de certificación:** Consiste en la valoración global de los resultados obtenidos en términos de aprendizaje.

Por tanto, y según el momento del aprendizaje en que se encuentre, el/la formador/a deberá utilizar tres tipos de evaluación:

- **Evaluación previa:** Se realiza al principio del curso. Su objetivo es detectar los conocimientos iniciales del/la alumno/a, sus expectativas y los resultados que prevé conseguir. Es una información muy útil que permite adaptar el proceso de enseñanza a los/as diferentes alumnos/as (atención a la diversidad).
- **Evaluación formativa:** Es el proceso de evaluación que se desarrolla a lo largo de la formación. Permite detectar los problemas

del aprendizaje y compara los resultados previstos con los que se están consiguiendo, y adaptar los contenidos o la metodología si fuera necesario.

- **Evaluación final:** Consiste en la acumulación de los datos recibidos tras las distintas evaluaciones. La comparación de los resultados previstos en capacitación del alumnado y los que se han conseguido permitirán la evaluación final de las competencias logradas, a la luz de los datos previamente recibidos.

La unión de estos tres tipos de evaluación, cada uno realizado en el momento adecuado, dará lugar a la evaluación continua.

➤ Perfil del Alumnado y Atención a la diversidad

○ Perfil del alumnado

El perfil del alumnado que puede acceder a este curso es muy amplio, ya que se dirige tanto a empleados/as como desempleados/as, con la única condición de que posean un nivel mínimo de conocimientos básicos, equivalentes al título de graduado escolar o educación secundaria. Los materiales no contienen ninguna dificultad, ya que los instrumentos que es preciso manejar son muy básicos y la complejidad del lenguaje es mínima.

Las motivaciones que pueden llevar a una persona a realizar el curso son muy variadas y, en consecuencia, hemos procurado realizar un material abierto y sencillo, que no se limite a ampliar nociones sino que, por el contrario, permita crear una base de conocimientos sobre la cual desarrollar un futuro trabajo o continuar formándose.

○ Atención a la diversidad:

Ante el grupo de alumnos/as del curso podemos encontrar diferentes niveles, tanto de conocimientos iniciales como de capacidades. Puede haber alumnos/as que dominen la materia que se va a tratar en el curso, y que se dirijan a él para perfeccionar conocimientos, o puede que sólo conozca el tema con menor nivel de conocimientos o incluso que no sepan nada de la materia que se va a impartir. Es necesario, por tanto, que el/la profesor/a conozca los niveles de conocimientos iniciales de sus alumnos/as, para poder organizar el proceso de enseñanza de modo que sea útil para todos/as, teniendo en cuenta las diferentes capacidades.

Ante tal diversidad en el alumnado es normal que se produzcan dificultades en el aprendizaje. Estas dificultades pueden ser de poca gravedad, en cuyo caso se intentarán solucionar mediante el planteamiento de actividades de apoyo o refuerzo. Sin embargo,

también se pueden dar dificultades más graves en el proceso de aprendizaje, que precisarán una atención especial. Las medidas de actuación ante problemas en el aprendizaje son las siguientes:

1. **Diagnóstico previo del alumnado:** Es necesario analizar las características del alumnado de forma que se puedan detectar las posibles dificultades para darles solución lo antes posible. Este diagnóstico se basa en la evaluación previa del alumnado.
2. **Elaborar un programa de refuerzo comprensivo** dirigido a la resolución de los problemas detectados en el alumnado. El programa puede presentar actividades de muy diversa índole.
3. **Controlar los resultados de los/as alumnos/as** para detectar la posible aparición de nuevos problemas de aprendizaje y evaluar las medidas que se han tomado para resolver los ya detectados.
4. **Utilizar refuerzos** que permitan la mejora en los aprendizajes y la motivación.

➤ Relación y Temporalización de los diferentes módulos:

El presente curso tiene una duración de 300 horas, que se organizan:

- 90 horas de prácticas
- 190 horas de teoría
- 20 horas de evaluación

NOMBRE DEL MÓDULO	TEORÍA	PRÁCTICA	EVALUACIÓN	TOTAL HORAS
MÓDULO 1: LA AGENCIA DE VIAJES	25,5 horas	12 horas	2,5 horas	40
MÓDULO 2: EL/LA INFORMADOR/A TURÍSTICO	26 horas	11,5 horas	2,5 horas	40
MÓDULO 3: ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA AGENCIA DE VIAJES	26 horas	11,5 horas	2,5 horas	40
MÓDULO 4: DIFERENTES TIPOS DE TRANSPORTE	20horas	8 horas	2 horas	30

GUÍA DEL FORMADOR/A- USUARIO/A

MÓDULO 5: TARIFAS Y BILLETAJE	24 horas	13 horas	3 horas	40
MÓDULO 6: SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN Y SERVICIOS DIVERSOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	23 horas	14 horas	3 horas	40
MÓDULO 7: FORMAS DE VIAJE	20 horas	8 horas	2 horas	30
MÓDULO 8: TÉCNICAS DE VENTA, ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO.	25,5 horas	12 horas	2,5 horas	40
TOTAL	190 horas	90 horas	20 horas	300

➤ Utilización del material didáctico desde la web:

El material didáctico se muestra en la web estructurado de manera que la navegación sea fácilmente comprensible.

En primer lugar, el/la usuario/a observará una columna vertical situada a la izquierda de la pantalla en la cual se encuentran los siguientes botones:

- **Presentación:** A través de este enlace se podrá visualizar nuevamente la presentación inicial del material.
- **Inicio:** Permite visualizar la pantalla de inicio, en la cual se muestra el texto de presentación del mismo.
- **Índice:** Nos lleva al índice del material, a través de él se puede abrir cada uno de los módulos, anexos y guía del/la formador/a-usuario/a completos en formato pdf.
- **Glosario:** Términos relacionados con el material didáctico.
- **Enlaces:** Enlaces a otras webs relacionadas.

- **Descargas:** A través de este enlace se presenta la posibilidad de descargar cada uno de los módulos y anexos en pdf.
- **Formador/a:** Para descargar la guía del/la formador/a – usuario/a.
- **Bibliografía:** Toda la bibliografía relacionada con el material.
- **Música On/Off:** Permite la posibilidad de activar o desactivar la música.

Además de estos, en la zona superior, encontrarán una fila de botones con la numeración de cada uno de los módulos, a través de los cuales se despliega el contenido (unidades didácticas, ideas clave, autoevaluaciones y supuestos prácticos), pudiendo acceder a cada apartado concreto del módulo.

Por último en las esquinas superior derecha e inferior izquierda, se muestran los logotipos de Aptiva Soluciones S.L.L. y Junta de Andalucía, pinchando en ellos se accede directamente a las páginas principales de ambas.

MÓDULO 1: LA AGENCIA DE VIAJES

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina “La agencia de viajes” y constituye el primer módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Definir la actividad y las funciones de la agencia de viajes.	Saber en qué consiste la actividad de la agencia de viajes y las funciones que desempeña.
Conocer los diferentes tipos de agencia de viajes.	Poder diferenciar entre los distintos tipos de agencia de viajes, según su actividad principal y su estructura empresarial.
Ubicar las transformaciones del mercado turístico y el sector de agencia de viajes en España.	Entender cómo ha evolucionado el sector turístico y en concreto la agencia de viajes hasta nuestros días.

Definir el concepto de marketing aplicado a la agencia de viajes.	Conocer las características de la demanda turística y desarrollar técnicas de venta para la comercialización del producto turístico.
---	--

➤ **Actitudes:**

- Disposición a aplicar los conocimientos teóricos obtenidos en este módulo en la práctica
- Actitud abierta y comprensiva ante el proceso de venta.
- Valoración comprensiva y crítica de los conceptos.

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

Este módulo se organiza en cuatro unidades didácticas:

- Unidad Didáctica 1: Concepto y funciones
- Unidad Didáctica 2: Tipos de agencia de viajes
- Unidad Didáctica 3: Evolución turística española
- Unidad Didáctica 4: Evolución de las AAVV en España
- Unidad Didáctica 5: Marketing para la AV

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo es de 40 horas, de las cuales 12 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2,5 hora se dedica a la evaluación. Por tanto, las 25,5 horas restantes se dividirán entre las cinco unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Unidad Didáctica 1: CONCEPTO Y FUNCIONES

- Introducción
- Funciones de la agencia de viajes

Unidad Didáctica 2: TIPOS DE AGENCIA DE VIAJES

- Tour operadores y Agencias de viajes mayoristas
- Agencias de viajes minoristas
- Agencias de viajes mayoristas-minoristas
- Agencias de viajes receptivas
- Agencias de viajes emisoras-receptivas
- Agencias de viajes especializadas

- Agencias de viajes In-plant
- Agencias de viajes franquicias
- Agencias de viajes virtuales

Unidad Didáctica 3: EVOLUCIÓN TURÍSTICA ESPAÑOLA

- Evolución turística española

Unidad Didáctica 4: EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE EN ESPAÑA

- Evolución de las agencias de viaje en España
- El sector en grandes cifras

Unidad Didáctica 5: MARKETING PARA LA AGENCIA DE VIAJES

- Situación actual del marketing
- Tipos de demanda
- Peculiaridades de la demanda turística
- Peculiaridades del producto turístico
- Tipos de clientes/as y tipos de productos
- Otras formas de venta

○ Contenidos Prácticos:

Dadas las características esencialmente teóricas del módulo se propone como ejercicio la resolución de dos supuestos prácticos en los que poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Imagina que trabajas en una agencia de viajes, tú eres la persona que normalmente mejor convence al cliente/a y cierra la venta, piensa que en tu agencia te encuentras con todos los tipos de clientes/as conflictivos/as que hemos tratado en este módulo. Enumera por tanto los tipos de clientes/as que te puedes encontrar, señala cuáles son los comportamientos habituales que les hacen ser conflictivos/as, e indica cuál debería ser el tuyo hacia ellos/as.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Clasifica los diferentes tipos de agencia de viajes según el destino de sus productos y según su actividad principal. Desarrolla sus principales características.

➤ **Metodología**

○ **Características generales:**

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia, por lo que se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

El material dispuesto para el módulo 1 presenta ciertas características definitorias, ya que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye apartados diferenciados con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/a alumno/a, puesto que no se aprende sólo con la lectura, sino que también se desarrolla el proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y a través de la práctica.

Es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a necesite reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, cabe señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al/a la agente de viajes, cliente/a, etc.

○ **Estructura de los Materiales Didácticos:**

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: La agencia de viajes
- Objetivos generales del módulo:
 - Definir la actividad y las funciones de la agencia de viajes.
 - Diferenciar entre los diferentes tipos de agencia de viajes según su actividad principal y su estructura empresarial.
 - Ubicar las transformaciones del mercado turístico estudiando la evolución turística y concretamente de la agencia de viajes en España.
 - Aplicar el concepto de Marketing a la agencia de viajes, a través del estudio de la demanda turística.

- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Concepto y funciones
 - Unidad Didáctica 2: Tipos de agencia de viajes
 - Unidad Didáctica 3: Evolución turística española
 - Unidad Didáctica 4: Evolución de las agencias de viaje en España
 - Unidad Didáctica 5: Marketing para la agencia de viajes
- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o **La Metodología en la FPO:**

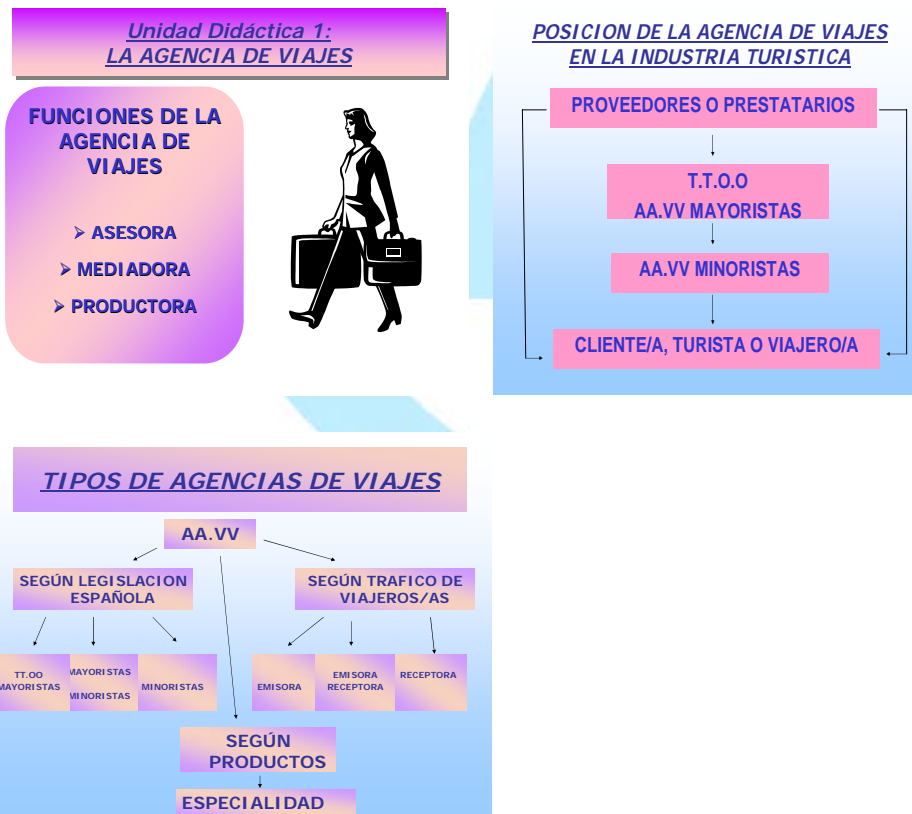
La metodología de este módulo debe ir enfocada al conocimiento de la actividad de la agencia de viajes, sus funciones y sus tipos, así como al conocimiento del plan de marketing que utiliza.

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles.

A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la cual va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tenerlo en cuenta puesto que el conocimiento del alumnado junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.
2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas:
 - a. Definir la actividad y las funciones de la agencia de viajes.
 - b. Diferenciar entre los diferentes tipos de agencia de viajes, según su actividad principal y su estructura empresarial.

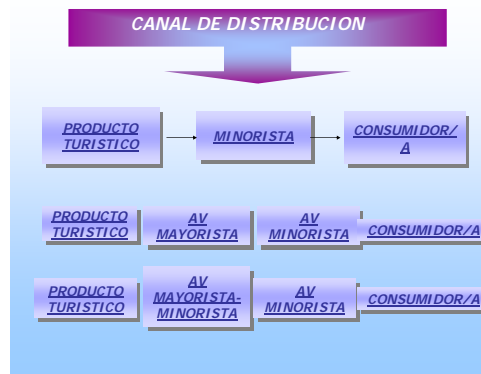
- c. Ubicar las transformaciones del mercado turístico a través de la evolución turística y concretamente de la agencia de viajes en España.
 - d. Aplicar el concepto de Marketing a la agencia de viajes, a través del estudio de la demanda turística.
3. La persona que se dedique a la impartición de este módulo podrá utilizar ejemplos de empresas reales para hacer una explicación más orientada a la vida real.
4. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para facilitar la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias. A continuación mostramos unas transparencias con el objetivo de que se puedan utilizar en la impartición de este módulo:



EL MARKETING EN LA AGENCIA DE VIAJES

➤ **ORIENTACION AL CLIENTE/A**

➤ **CLIENTE/A SATISFECHO/A**



➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta a las necesidades del/a formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos.

1. ¿Cuáles son las principales funciones de una agencia de viajes?

- a. Mediadora y productora.
- b. Productora y distribuidora.
- c. Asesora, mediadora y productora.

2. ¿Cuáles de estas características son propias de una agencia de viajes mayorista?

- a. Vender sus productos y servicios a través de las AAVV minoristas.
- b. Poseen una estructura empresarial simple que permite la confección, promoción y distribución de los viajes.
- c. Las dos son correctas.

3. ¿Qué respuesta es la correcta acerca de las AAVV a modo de franquicias?

- a. No se benefician de del sistema de Formación que disponga el franquiciador.
- b. El franquiciador no le aporta al franquiciado el plan de marketing, éste corre por cuenta de la AV franquiciada.
- c. Ninguna de las dos anteriores son correctas

4. ¿Qué afirmación no es correcta acerca de la evolución turística

general y de la AV en España?

- a. En los últimos tiempos, los esfuerzos han ido dirigidos hacia la captación de un turismo de mayor poder adquisitivo y hacia una regulación de la estacionalidad.
- b. El nuevo reglamento que regula la actividad de las AAVV reduce los requisitos económicos para la instalación de una AV, siendo ésta la razón de que proliferen las AV minoristas a todo lo largo y ancho de nuestro territorio.
- c. La historia de las AAVV españolas comienza a principios de siglo y la primera agencia de viajes se funda en 1930, se trata de Viajes Marsans y ostenta la licencia nº 1.

5. ¿Qué es lo que puede impedir que la acción de marketing en la AV no sea efectiva?

- a. El hecho de que algunas AAVV tengan aún un concepto industrial del marketing, y dediquen sus esfuerzos a multiplicar sus productos sin analizar la aceptación que estos tienen en el mercado.
- b. Que se planifica la acción de marketing, y ésta debería ser improvisada según las necesidades y circunstancias de cada momento.
- c. Que existe un predominio de la figura del comercial por encima del técnico.

6. ¿Cuál de las siguientes particularidades no dificultan la captación y el mantenimiento de la Demanda Turística?

- a. La Elasticidad
- b. La Estacionalidad
- c. La intangibilidad

7. Las particularidades del Producto Turístico que complican su producción y venta son:

- a. La Heterogeneidad
- b. La subjetividad
- c. Las dos son correctas y además la Intangibilidad también es otra de las particularidades.

8. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre el Precio del Producto Turístico no es cierta?

- a. El Precio es el factor más importante para la demanda turística.
- b. Los bajos precios y las ofertas especiales son una forma de cubrir costes en temporada baja.
- c. El " precio impacto " estimula las ventas aunque después haya

que sumarle todos los suplementos.

9. Las siglas AIDA resumen los objetivos principales de la publicidad, señala la respuesta correcta:

- a. Atención, Interés, Dinamismo y Acción
- b. Atención, Interés, Deseo de compra y Asistencia
- c. Atención, Interés, Deseo de compra y Acción de compra.

10. ¿Cuál de estas formas de ventas no es de las más usuales en una AV?

- a. La venta directa
- b. La venta por correspondencia
- c. La venta por teléfono

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	C	A	C	B	A	C	C	A	C	B

○ **Solución del Supuesto Práctico 1:**

COMPORTAMIENTOS TÍPICOS

NORMAS PARA SU ATENCIÓN

CLIENTE/A POLÉMICO/A	NORMAS PARA SU ATENCIÓN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Siente cierto placer discutiendo 2. Siempre quiere llevar razón 3. Desconfía de las soluciones que se le ofrecen. 4. Necesita que se le preste la máxima atención 5. Se muestra agresivo antes situaciones de conflicto o tensión. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No entrar en discusión con él/ella 2. No responder a su agresividad con agresividad 3. Escuchar atentamente 4. Prestarle atención para que pueda captar un buen trato frente a su "fuera de tono". 5. Adoptar ante él/ella una actitud serena mostrando seguridad y firmeza.

<p>CLIENTE/A DUBITATIVO/A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es una persona algo insegura y tímida. 2. Se siente incómodo/a. 3. Le cuesta tomar decisiones 4. Puede tener cierto sentimiento de inferioridad. 5. Dice a todo que sí, aunque no se entere de nada. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inspirarle confianza y seguridad. 2. Preguntarle para que hable. 3. Orientarle de manera fácil y muy concreta sobre los pasos a seguir y a quién debe acudir 4. Asegurarse que ha entendido correctamente. 5. Deben evitarse actitudes críticas o de superioridad hacia él/ella.
<p>CLIENTE/A ARROGANTE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es arrogante y con un alto concepto de sí mismo/a. 2. Se cree superior. 3. Tiene un carácter muy impositivo. 4. Es altanero/a. 5. En ocasiones se muestra despreciativo/a. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No rentrar en su polémica y mantenerse amablemente firme. 2. No quitarle directamente la razón. 3. No responder a su agresividad con agresividad. Dar la impresión de seguridad y eficacia. 4. Procurar tranquilizarle y relajarle.
<p>CLIENTE/A METICULOSO/A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es concreto/a y conciso/a. 2. Suele ser cortante y brusco/a. 3. Es parco/a en palabras. 4. Pide una atención eficaz y rápida. 5. Sabe muy bien lo que quiere. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demostrar seriedad y atención hacia él/ella. 2. Dispensarle un trato amable y sin ceremonias. 3. Darle unas respuestas precisas y concretas. 4. Demostrar eficiencia y no dudar. 5. Ser ordenado en la manera de solicitar y ofrecer la información.

<p align="center">CLIENTE/A AFABLE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Simpático/a y a veces demasiado. 2. Parlanchín. 3. Aparenta seguridad y cierta superioridad sobre las demás personas. 4. Reclama una total atención. 5. Cuando habla no tiene prisa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser amable y concreto. 2. Obtener rápidamente información. 3. Mantener la iniciativa en la conversación. 4. Centrar el tema. 5. Mantener distancias. No dar pie a bromas.
<p align="center">CLIENTE/A RESERVADO/A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es introvertido/a. 2. Habla poco. 3. No se relaciona bien. 4. Es reconcretado/a. 5. En ocasiones puede sentirse acosado/a. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demostrarle atención y amabilidad. 2. No tratarle con prisas. 3. Darle y obtener información precisa. 4. Hacer preguntas concretas. 5. Averiguar sus dudas.
<p align="center">CLIENTE/A APRESURADO/A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manifiesta siempre tener mucha prisa para resolver su problema. 2. Culpa a todos de lentitud, falta de atención e incompetencia. 3. Espera soluciones mágicas. 4. Puede llegar a perder el control. 5. En ocasiones finge su prisa para darse importancia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar las riendas de la situación. 2. Demostrarle que sabemos valorar su tiempo. 3. Atenderle con rapidez pero sin nerviosismo. 4. Transmitir una imagen que denote dinamismo. 5. Atenderle de una forma sistematizada.

o Solución del Supuesto Práctico 2:

Según actividad principal	Según el destino de sus productos
---------------------------	-----------------------------------

- Emisoras
- Receptoras
- Especializadas

- Minoristas
- Mayoristas
- Mixtas

Según el destino de sus productos:

Minoristas: Comercializan el producto de las mayoristas vendiéndolo a sus clientes/as, u organizan paquetes turísticos para sus propios/as clientes/as.

Mayoristas: No pueden ofrecer directamente sus productos, ofreciéndolo a través de las minoristas.

Mayoristas-minoristas (Mixtas): combinan ambas funciones.

Según su actividad principal:

Emisoras: Envían turismo fuera de su lugar de ubicación. Se dedica al turismo que se va.

Receptoras: Reciben al turismo en su lugar de ubicación. Se dedica al turismo que viene.

Especializadas:

Centran su actividad en un segmento de la demanda, en un destino o en un producto concreto. Ejemplo: Costa Cruceros.

MÓDULO 2: EL/LA INFORMADOR/A TURÍSTICO/A

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina "El/la informador/a turístico/a" y constituye el segundo módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer en qué consiste la actividad de un/a informador/a turístico/a.	Conocer las funciones de un/a informador/a turístico/a, diferenciando entre guía turístico/a y guía acompañante.
Marcar el perfil humano del/de la profesional.	Saber cuáles son las cualidades innatas y adquiridas que debe

	aportar a su trabajo.
Establecer cuál es la relación laboral entre el/la informador/a turístico/a y la agencia de viajes.	Conocer los derechos y obligaciones que implica esta relación por ambas partes.

➤ **Actitudes:**

- Interés hacia las diferentes aspectos que se presentan de los/as guías o informadores/as turísticos/as.
- Actitud abierta y comprensiva hacia los aprendizajes.
- Valoración comprensiva y crítica de los contenidos.

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Guía acompañante y guía local
- Unidad Didáctica 2: Perfil del/de la informador/a turístico/a
- Unidad Didáctica 3: Relación del/de la informador/a turístico/a y la agencia de viajes.
- Unidad Didáctica 4: Desarrollo de un viaje.
- Unidad Didáctica 5: Información turística.

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 40 horas, de las cuales 11,5 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2,5 horas se dedican a la evaluación. Por tanto, las 26 horas restantes se dividirán entre las unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

UNIDAD DIDÁCTICA 1: GUÍA ACOMPAÑANTE Y GUÍA LOCAL

- Introducción
- El/la guía acompañante
- El/la guía local

UNIDAD DIDÁCTICA 2: PERFIL DEL/DE LA INFORMADOR/A TURÍSTICO/A

- Cualidades necesarias
- Defectos que debe evitar
- Actividades principales del/de la guía acompañante
- Actividades principales del/de la guía local

UNIDAD DIDÁCTICA 3: RELACIÓN DEL/DE LA INFORMADOR/A TURÍSTICO/A Y LA AGENCIA DE VIAJES.

- Obligaciones de la agencia de viajes con el/la informador/a turístico/a
- Obligaciones del/ de la informador/a turístico/a con la agencia de viajes
- Relaciones laborales entre las agencias de viajes y los/as informadores/as turísticos/as

UNIDAD DIDÁCTICA 4: DESARROLLO DE UN VIAJE

- Desarrollo de un viaje tipo
- Fases de un viaje tipo
- Asociaciones profesionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5: INFORMACIÓN TURÍSTICA

- De las profesiones turísticas
- Formación profesional
- Habilitación
- Oficinas de turismo
- Oficinas de turismo y red de oficinas de turismo de Andalucía

o Contenidos Prácticos:

En este módulo se pretende comprobar el aprendizaje de las funciones y actividades que desarrolla un/a informador/a turístico antes y durante un viaje.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Supongamos que eres un/ a guía acompañante de un grupo que viaja en autocar desde Andalucía al Norte de España. Enumera las fases que tiene ese viaje que vas a realizar, tu prestando tus servicios profesionales como guía, desde el momento que te contrata la agencia de viajes para que acompañes al grupo.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Según hemos estudiado en este módulo, y con referencia al supuesto anterior, ya que se trata de una de las fases del viaje, simula que estás realizando tu propia presentación como guía y la propia presentación del viaje que vais a desarrollar en los próximos 8 días, redactando como sería.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 2 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye esquemas con el objetivo de facilitar el aprendizaje del alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al/ a la informador/a turístico/a, al /a la pasajero/a, etc.

○ Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: El/la informador/a turístico/a
- Objetivos generales del módulo:
 - Definir el concepto y funciones de un/a informador/a turístico/a, diferenciando entre guía local y guía acompañante, según las funciones características en el desarrollo de su actividad.
 - Marcar el perfil humano del profesional, las cualidades que debe aportar a su trabajo.
 - Establecer la relación laboral entre el/la informador/a turístico/a y la agencia de viajes, con los derechos y deberes que implica la relación por ambas partes.

- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Guía acompañante y guía local.
 - Unidad Didáctica 2: Perfil del/de la informador/a turístico/a.
 - Unidad Didáctica 3: Relación del/de la informador/a turístico/a y la agencia de viajes.
 - Unidad Didáctica 4: Desarrollo de un viaje.
 - Unidad Didáctica 5: Información turística.

 - Ideas clave del módulo.
 - Autoevaluación de los contenidos del módulo.
 - Actividades prácticas
- o **La Metodología en la FPO:**

La metodología de este módulo debe ir encaminada a la exposición de las principales características y puntos que diferencian a los dos tipos de guías turísticos/as, así como conocer su actividad y de su relación con la agencia de viajes.

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.

2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:
 - Definir el concepto y funciones de un/a informador/a turístico/a, diferenciando entre guía local y guía acompañante, según las funciones características en el desarrollo de su actividad.

- Marcar el perfil humano del profesional, las cualidades que debe aportar a su trabajo.
 - Establecer la relación laboral entre el/la informador/a turístico/a y la agencia de viajes, con los derechos y deberes que implica la relación por ambas partes.
3. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para que el alumnado tenga más fácil la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias.

UNIDAD DIDÁCTICA 1 TIPOS DE INFORMADORES/AS TURÍSTICOS/AS

- El/la guía
acompañante

- El/la guía
local



UNIDAD DIDÁCTICA 2 PERFIL DEL/DE LA INFORMADOR/A TURÍSTICA

CUALIDADES NECESARIAS

- AUTORIDAD
- DECISION
- BUENA SALUD
- BUENA IMAGEN

COMPORTAMIENTOS A EVITAR

- TIMIDEZ
- INSEGURIDAD
- INFLEXIBILIDAD
- PARCIALIDAD
- FALTA DE RESPETO

UNIDAD DIDÁCTICA 3 RELACION DEL/DE LA INFORMADOR/A TURÍSTICO/A Y LA AA.VV

OBLIGACIONES DE LA AV CON EL/LA INFORMADOR/A

- Facilitar información relativa al grupo
- Organizar el viaje
- Confirmar reservas
- Apoyar al/a la guía

OBLIGACIONES DEL/DE LA INFORMADOR/A CON LA AV

- Titulación y formación adecuada
- Ética profesional
- Responsabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3 RELACION DEL/DE LA INFORMADOR/A TURÍSTICO/A Y LA AA.VV

LA RELACION LABORAL ENTRE LA AV Y EL/LA INFORMADOR/A

EL/LA GUÍA PODRA TRABAJAR

- > POR CUENTA PROPIA
- > POR CUENTA AJENA



UNIDAD DIDACTICA 4 DESARROLLO DE UN VIAJE

FASES DE UN VIAJE TIPO

Preparación del viaje - Profesional - Equipaje - Recogida de documentación en la AV	Venta de visitas opcionales Pasos de frontera
Salida - Control de maletas - Control documentación personal - Control pasajeros/as	Llegada a destinos Estancia en destinos
Presentación - De/De la guía - Del viaje	Salida de destinos
Relación con el grupo	Final del viaje Informe y liquidación de gastos

UNIDAD DIDACTICA 4 DESARROLLO DE UN VIAJE

- > ASOCIACIONES PROFESIONALES DE GUIAS
- > BOLSA DE TRABAJO
- > INFORMACION
- > DEFENSA DE INTERESES LABORALES, PROFESIONALES ETC...



UNIDAD DIDACTICA 4 DESARROLLO DE UN VIAJE

CARNÉ DE GUIA TURÍSTICO

- > Datos personales
 - > N° de orden
 - > Idiomas acreditados
- > Provincia/s para los/as que está acreditado/a
 - > Foto
 - > Sello
 - > Firma
- > Validez 5 años renovables

UNIDAD DIDACTICA 4 LA INFORMACION TURÍSTICA

- Profesiones Turísticas
- Oficinas de Turismo



UNIDAD DIDACTICA 4 LA INFORMACION TURÍSTICA

OFICINAS DE TURISMO Y RED DE OFICINAS DE TURISMO DE ANDALUCIA

- Oficinas de Turismo
- Red de oficinas de Turismo
- Puntos de Información Turística

➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos.

Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

1. **Según la clasificación de informadores/ as turísticos/ as, señala cuál o cuales de las siguientes afirmaciones son verdaderas:**
 - a. El/ la guía acompañante de un grupo explica los monumentos de las diferentes ciudades que se vayan a visitar durante un circuito.
 - b. El/ la guía acompañante deberá atender todos los aspectos técnicos y humanos de un viaje y actúa como representante de la agencia de viajes.
 - c. El/ la guía local tiene una relación más puntual con el grupo, y al ser local no podrá hacer la guía en otros idiomas que no sea el de propio de la localidad donde está prestando su servicio o el del grupo al que guía.

2. Señala cuál o cuáles no son obligaciones de la agencia de viajes con el/ la informador/ a turístico/ a:
 - a. Facilitarle información relativa al grupo.
 - b. Confirmar las reservas.
 - c. Controlar y realizar los trámites en las fronteras y aduanas.

3. Algunas de las obligaciones principales del/a informador/a con la agencia de viajes son:
 - a. La organización lógica del viaje.
 - b. La confirmación de las reservas.
 - c. Poseer la titulación adecuada, mantener una ética profesional y responsabilidad para el puesto y durante el viaje.

4. Señala ahora cuál o cuáles no entran dentro de las actividades principales del /de la guía local:
 - a. Información concreta de los monumentos visitados.
 - b. Dirigir el autocar por las calles y rutas previstas.
 - c. Control de equipajes.

5. La siguiente afirmación es:
"El/ la informador/a turístico/a puede trabajar por cuenta propia o por cuenta ajena, dependiendo si trabaja como profesional independiente o por el contrario figura como trabajador/a por cuenta de una AV".
 - a. Verdadera
 - b. Falsa
 - c. Es verdadera y se le puede añadir que si trabaja por cuenta de la AV podrá fijar la cuantía de sus honorarios.

6. Señala cuál, de las siguientes acciones no correspondería a la preparación de un viaje en autocar por parte del/ de la guía:
 - a. Tramitación de documentos de entrada y salida de aduana desde el origen.
 - b. Selección de las paradas para comer si no están marcadas.
 - c. Elección de carreteras o autopistas, desviaciones de salida a las ciudades, ya que no siempre son conocidas por el/ la conductor/ a.

7. Cuando comienza el viaje por carretera llega el momento de hablar de los detalles, señala cuál de los que a continuación se detallan no se debe resaltar:

- a. La posibilidad de visitas opcionales.
- b. Las actividades y servicios incluidos en el viaje.
- c. La idea que no hay diferencia entre los distintos hoteles y diferentes categorías de éstos que llevan los/ as clientes/ as del circuito, para que no haya comparaciones y malestar.

8. En la relación del/de la guía con el grupo durante el transcurso del viaje, éste/ a deberá:

- a. Contarles todo lo que sabe, para que el grupo advierta que el/la guía está preparado/a, y además los/as clientes/as puedan llevarse una idea más amplia de todo cuanto van viendo.
- b. Hacer extensas todas sus explicaciones por la misma razón que damos en la respuesta a.
- c. Aceptar que, debido a sus muchas explicaciones, se le vuelva a preguntar por algo que él/ ella ya había explicado.

9. La siguiente afirmación es:

“A los efectos de la Ley, se consideran profesiones turísticas aquellas que supongan el ejercicio retribuido o no de actividades de información, asistencia o acompañamiento a aquellos/ as que realicen visitas a los bienes integrantes del Patrimonio Histórico sin necesidad en algunos casos para su ejercicio poseer la correspondiente habilitación”.

- a. Verdadera porque no siempre tiene que ser una actividad retribuida.
- b. Falsa porque es necesario siempre poseer la correspondiente habilitación.
- c. Falsa.

10. Señala qué cualidades de su personalidad debería resaltar el/la informador/a turístico /a durante el desarrollo de su actividad profesional:

- a. Autoridad, poder de decisión, tacto en el trato.
- b. La salud y la imagen.
- c. Ambas respuestas son correctas, debiendo además evitar la timidez, la inseguridad, la inflexibilidad, y la falta de respeto.

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	B	C	C	C	A	A	C	C	C	C

○ **Soluciones de los Supuestos Prácticos:**

Respuesta al supuesto práctico 1:

1. FASES DEL VIAJE:

1. Preparación del viaje; antes de la salida.
 - 1.1. Preparación profesional del viaje
 - 1.2. Preparación del equipaje personal
 - 1.3. Recogida de la documentación del viaje en la AV.
2. La salida.
 - 2.1. Control de maletas
 - 2.2. Control de la documentación personal
 - 2.3. Actuación con viajeros no presentados
3. La presentación del guía; una vez hallamos salido.
4. La presentación del viaje; durante el viaje por carretera.
5. Las relaciones con el grupo; a medida que transcurre el viaje.
6. La venta de excursiones opcionales; durante el viaje.
7. La llegada a los destinos.
8. La estancia en los destinos.
9. La salida de los destinos.
10. Final del viaje, informe y liquidación de gastos.

Respuesta al supuesto práctico 2:

2. La presentación del/de la guía.

“Buenos días Señoras y Señores, me llamo ... y soy el/ la guía que va a tener el gusto de acompañarles durante el viaje - Asturias y Cantabria a su alcance - . El/la conductor/a se llama ... e igualmente nos va a acompañar durante todo el circuito que ahora comenzamos. Estamos a su disposición para ayudarles en todo cuanto necesiten y esté en nuestra mano, y haremos cuanto podamos para que el viaje sea de su agrado. Cuando hayamos abandonado la ciudad les hablaré de algunas cuestiones generales del viaje...”

(Ahora pondríamos un poco de música ambiental y no retomamos la palabra hasta pasado un buen rato, para dar tiempo a que los/as clientes/as se vayan familiarizando unos/as con otros/as, con el bus, etc).

Una vez que hemos salido de la ciudad desde donde partimos, y haya comenzado nuestro viaje por carretera, hablaremos de los detalles del viaje, pasando ya a la fase: la presentación del viaje.

“Buenos días de nuevo, una vez que hemos salido ya de... nos disponemos a comenzar nuestro viaje por carretera hasta Ciudad Real, donde pararemos para comer en el restaurante que llevan ustedes concertado en el programa, para posteriormente continuar hasta Madrid donde haremos escala esta primera noche, para mañana por la mañana temprano continuar hasta Oviedo, visitando así la primera ciudad del itinerario que han elegido. En el transcurso de este trayecto hasta Ciudad Real, si me permiten voy a exponerles algunos detalles del viaje, como son; las actividades y servicios incluidos en este viaje, las normas sobre las maletas, la importancia de los horarios, los avisos para fumadores/as, paradas, etc. , la posibilidad de contratar algunas excursiones opcionales, también llamadas facultativas que no incluyen su programa...” y todo esto lo vamos exponiendo basándonos en el propio programa y lo que éste incluye, del itinerario que los/as clientes/as han contratado en su agencia de viajes, pudiendo ser como hemos estudiado en este módulo, por ejemplo, la misma para todos/as por tratarse de un grupo compacto, o provenir los/as clientes/as de distintas agencias minoristas que han ofrecido y contratado un paquete de una agencia de viajes mayorista.

MÓDULO 3: ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA AGENCIA DE VIAJES

El módulo se denomina “Organización interna de una agencia de viajes” y constituye el tercer módulo formativo del material didáctico.

➤ Objetivos específicos y criterios de evaluación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer la organización interna de una agencia de viajes.	Aprender a realizar un estudio de viabilidad y conocer el organigrama de una agencia de viajes: los niveles de gestión y de responsabilidad.
Presentar los requisitos y los trámites de apertura y la regulación de las agencias de viajes.	Conocer los trámites y requisitos que regulan la apertura así como la Ley de Viajes Combinados que regula la actividad de la agencia de viajes.

Conocer la documentación que comprende una agencia de viajes, clasificación y ordenación. Conocer los documentos internos y externos.	Saber manejar los diferentes tipos de documentos con los que trabaja la agencia de viajes, sean internos o externos. Saber clasificarlos y ordenarlos.
Presentar los diferentes sistemas informáticos con los que la agencia de viajes realiza su actividad.	Entender la informática como un instrumento indispensable en la gestión y reservas de la agencia de viajes y conocerlos.

➤ **Actitudes:**

- Entender la informática como elemento esencial para la organización y realización del trabajo de la agencia de viajes y de los principales sistemas
- Espíritu crítico ante los distintos aspectos que comprende el estudio de viabilidad de apertura
- Interés hacia los requisitos y la normativa que regula la actividad de la agencia de viajes

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Organización interna de una agencia de viajes
- Unidad Didáctica 2: Documentación, archivos e informática
- Unidad Didáctica 3: Facturación en la agencia de viajes
- Unidad Didáctica 4: Regulación de una agencia de viajes

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 40 horas, de las cuales 11,5 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2,5 horas se dedican a la evaluación. Por tanto, las 26 horas restantes se dividirán entre las unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Los contenidos que se van a desarrollar en el presente módulo son los siguientes:

Unidad Didáctica 1: Organización interna de una agencia de viajes

- Estudio de viabilidad de una AV
- El local: decoración y mobiliario
- Estructura interna de una AV
- Niveles de gestión y responsabilidad

- Técnicos: agentes de viajes

Unidad Didáctica 2: Documentación, archivo e informática

- Documentación informativa
- Clasificación y ordenación
- Utilización de la documentación
- Documentos e impresos editados por los prestatarios de servicios
- Documentos e impresos internos de una agencia de viajes
- Documentos e impresos externos de una agencia de viajes
- La informática en la agencia de viajes

Unidad Didáctica 3: Facturación en la agencia de viajes

- Programas de gestión para las agencias de viajes

Unidad Didáctica 4: Regulación de una agencia de viajes

- Requisitos necesarios para la apertura de una agencia de viajes
- Trámites para la obtención del título licencia
- Resumen Ley de Viajes Combinados

o **Contenidos Prácticos:**

El ejercicio práctico que se propone ayuda a decidir la apertura de una agencia de viajes y enumera los requisitos necesarios y los trámites que conlleva en caso afirmativo de apertura.

Los supuestos prácticos son los siguientes:

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Vamos a suponer que te vas a establecer por tu cuenta en el sector de AV, y quieres abrir una agencia de viajes minorista en tu ciudad. Realiza un estudio de viabilidad de este proyecto empresarial de apertura de tu agencia de viajes.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Seguimos con tu proyecto de apertura. Detalla los requisitos necesarios que regulan la apertura de tu AV, y los trámites que sigue el proceso de tramitación de la misma.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 3 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, que incluye esquemas con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/la alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros, es decir, nos hemos referido al / a la agente, al/ a la cliente/, etc.,

○ Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Organización interna de una agencia de viajes .
 - Objetivos generales del módulo:
- Conocer la organización interna de una AV ; la estructura interna de la AV, y los niveles de gestión y responsabilidad que se dan en el organigrama de la AV.

- Aprender a realizar un estudio de viabilidad del proyecto empresarial de apertura, conocer los requisitos y los trámites legales para la apertura de una AV, así como la Ley de Viajes Combinados que regula la actividad de las AAVV.
- Conocer las fuentes de información que utilizan las AAVV; manuales, guías, etc., y la documentación que comprende una AV, su clasificación y ordenación, y su utilización. Los tipos de documentos e impresos internos y externos.
- Entender la informática como un instrumento imprescindible en la gestión de las AAVV, que facilitan su organización y realización del trabajo.

- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:

- Unidad Didáctica 1: Organización interna de una agencia de viajes
- Unidad Didáctica 2: Documentación, archivos e informática
- Unidad Didáctica 3: Facturación en la agencia de viajes
- Unidad Didáctica 4: Regulación de una agencia de viajes

- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o La Metodología en la FPO:

La metodología con que se debe enfocar este módulo parte de la necesidad de conocer la organización interna de una agencia de viajes y de su funcionamiento.

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil del alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos/as. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.

2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:

- a. Conocer la organización interna de una AV ; la estructura interna de la AV, y los niveles de gestión y responsabilidad que se dan en el organigrama de la AV.
- b. Aprender a realizar un estudio de viabilidad del proyecto empresarial de apertura, conocer los requisitos y los trámites legales para la apertura de una AV, así como la Ley de Viajes Combinados que regula la actividad de las AAVV.
- c. Conocer las fuentes de información que utilizan las AAVV; manuales, guías, etc., y la documentación que comprende una AV, su clasificación y ordenación, y su utilización. Los tipos de documentos e impresos internos y externos.
- d. Entender la informática como un instrumento imprescindible en la gestión de las AAVV, que facilitan su organización y realización del trabajo.

3. El/la formador/a podrá realizar esquemas sobre todos los apartados para que el alumnado lo memorice mejor.

4. Puede ser muy enriquecedor que se establezcan debates y exposiciones de experiencias laborales que tengan los/as participantes, aportando si éstos/as lo consideran oportuno documentos reales.

El/la formador/a puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias y/o la utilización del cañón con las presentaciones Power Point que se muestran a continuación.



GUÍA DEL FORMADOR/A- USUARIO/A

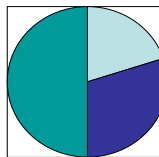
ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA AGENCIA DE VIAJES

LAS ÁREAS BÁSICAS DE GESTIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES



NIVELES DE GESTIÓN Y RESPONSABILIDAD

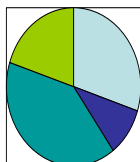
NIVEL TÉCNICOS/AS



□ Fin-Adm
■ Comercial
■ Técnico

NIVELES DE GESTIÓN Y RESPONSABILIDAD

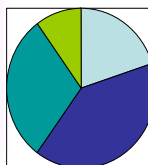
NIVEL DIRECTOR/A DE LA AGENCIA



□ Gestión directiva
■ Técnica
■ Fin. - Adm.
■ Comercial

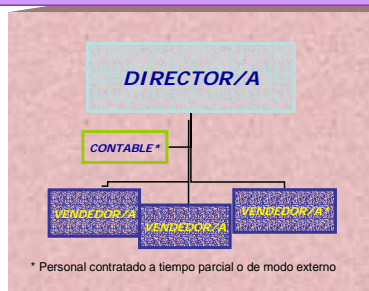
NIVELES DE GESTIÓN Y RESPONSABILIDAD

NIVEL JEFES/AS AGENCIA JEFES/AS DEPARTAMENTO

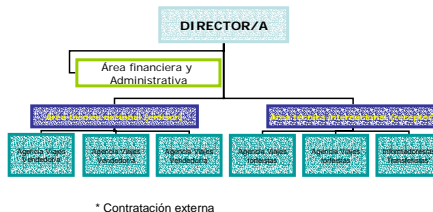


□ Gestión directiva
■ Fin. - Adm.
■ Técnica
■ Comercial

ORGANI GRAMA DE UNA A.V. MINORISTA EMISORA



ORGANI GRAMA DE UNA AV. MINORISTA EMISORA-RECEPTIVA



ORGANIGRAMA TIPO DE UNA A. V. MAYORISTA



TIPOS DE AGENTES DE VIAJES

- **VENEDORES/AS**
- **FORFEISTAS**
- **COMERCIALES**



UNIDAD DIDÁCTICA 2 DOCUMENTACION, ARCHIVOS E INFORMÁTICA

IMPRESOS INTERNOS DE UNA AGENCIA DE VIAJES

- **TÉCNICOS**
 - Hoja de Información o petición
 - Expediente de Servicios
 - Hoja de presupuesto de viaje
- **CONTABLES**
 - Recibos
 - Notas de cargo / abono
 - Facturas



UNIDAD DIDÁCTICA 2 DOCUMENTACION, ARCHIVOS E INFORMÁTICA

IMPRESOS EXTERNOS DE UNA AGENCIA DE VIAJES

El más importante:

BONO O VOUCHER



TIPOS DE BONOS DE AGENCIA

- Bono de servicios
- Bono Full - Credit
- Bono depósito
- Bono de mayorista
- Bono de presentación o Bono Reserva



INFORMÁTICA APLICADA A LA AGENCIA DE VIAJE

- **Informática de gestión comercial y administrativa: Gestión Interna**
 - Contabilidad
 - Facturación
 - Cobro y Pago de servicios
 - Etc...
- **Informática de tratamiento de textos y de base de datos aplicada a la información: Gestión Externa**
 - Información, venta y documentación de servicios turísticos.

SRC: SISTEMAS COMPUTERIZADOS DE RESERVA

Prestaciones que ofrecen:

- Información de transportes, hoteles, situación de reservas y otros servicios turísticos.
 - Reserva, venta y emisión de billetes de transporte.
 - Reserva y venta de alojamiento y restauración.
 - Reserva, venta y emisión de otros servicios turísticos.
 - Reserva, venta y emisión de paquetes turísticos.
- Información turística sobre ciudades.

UNIDAD DIDACTICA 3: FACTURACION INTERNA DE LA A.V

PROGRAMAS DE GESTIÓN PARA LAS AA.VV

- **Gestión Interna o back office**
 - **Gestión externa o Front Office**



UNIDAD DIDACTICA 4: REGULACION DE UNA A.V

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE VIAJES

CATEGORIA	MAYORISTA	MINORISTA	MIXTA	
FORMA EMPRESARIAL	SOC. MERCANTIL	ANONIMA	LIMITADA	FIANZA
INDIVIDUAL	120.000 EUROS	6000 EUROS	180000 EUROS	FIANZA
COLECTIVA				

➤ Evaluación:

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos. Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

Autoevaluación

- Si hablamos de la estructura interna de una AV, diremos que una de sus principales áreas de gestión no es:**
 - Área de ventas.
 - Área comercial o de marketing.
 - Área de documentación e informática.
- Señala cuál o cuáles de los siguientes no son tipos de bonos de agencia:**
 - Bono Full-credit
 - Bono de reserva y Bono de mayorista
 - Bono de depósito y Bono de información de presupuesto.
- Los SCR o Sistemas Computerizados de Reserva, no ofrecen entre sus prestaciones más importantes:**
 - Reserva, venta y emisión automática de billetes de transporte.
 - Reserva, venta y emisión de la documentación de paquetes turísticos.
 - Control de billetes, bonos y expedientes de la AV.

4. Los gastos de cancelación de un viaje que tendrá que abonar el /la consumidor/ a en caso de desistimiento por su parte, sin que éste sea por causa de fuerza mayor, según contempla la ley de viajes combinados, serán:

- a. De no presentarse a la salida del viaje estará obligado/ a a abonar el importe total del viaje, sin excepciones ni poder establecer acuerdos entre las partes en otro sentido.
- b. El 5 por 100 del importe total del viaje, si el desistimiento se produce con más de 10 días y menos de 15 antes del comienzo del viaje.
- c. En el caso de que el viaje combinado estuviera sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, los gastos serán siempre del 100 por 100 del total del viaje.

5. El contrato de viaje combinados se podrá formular:

- a. Siempre por escrito.
- b. Podrá formularse de forma verbal con carácter general.
- c. Por escrito, pudiéndose formular en ocasiones determinadas de forma oral a modo de información al/ a la consumidor /a.

6. La fianza individual que se exige para la apertura de una agencia de viajes mixta hasta 6 sucursales está establecida en:

- a. 120.000 €.
- b. 150.000 €.
- c. 180.000 €.

7. Indica si la siguiente definición es correcta o no:

“El/ la consumidor/ a o usuario/ a es cualquier persona en la que concurra la condición de contratante principal, beneficiario o cesionario de un viaje combinado, determinando que el/ la contratante principal es la persona física o jurídica que compre o venda el viaje combinado”.

- a. Es verdadera
- b. Es falsa
- c. Es falsa porque el contratante principal no es la persona que vende el viaje si no que compra.

8. Señala cuál es el recorrido que debe seguir un bono de agencia:

- a. La AV emite el bono y lo dirige a un proveedor, el cliente entrega el bono a éste, y aunque no se trate de un bono de

presentación solamente, el proveedor cobra al / a la cliente/ a el importe de los servicios que detalle el bono.

- b. La AV entrega el bono al / a la cliente/ a, emitido y dirigido a proveedores, el/ la cliente/ a lo entrega al prestatario de los servicios que va a disfrutar, el prestatario remite factura a la AV adjuntando el bono original y una vez que la AV lo recibe, lo revisa y abona dentro del plazo que se haya acordado con el prestatario.
- c. Ninguno de los anteriores es el recorrido que debe seguir el bono.

9. Si englobamos las diferentes profesiones dentro de los niveles de responsabilidad y gestión dentro del sector de la AV, diremos que no entra dentro de un grupo de responsabilidad:

- a. Directores de Sucursal.
- b. Auxiliares
- c. Personal de limpieza.

10. No hablamos de un tipo de agente de viajes si decimos que pueden ser:

- a. Vendedores/as
- b. Forfeistas y Comerciales.
- c. Auxiliares administrativos

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	C	C	C	B	A	A	B	B	C	C

○ **Solución de los Supuesto Práctico:**

Respuesta a supuesto práctico 1.

- 1. El estudio de viabilidad para nuestra agencia de viajes comprenderá:
 - a. Investigación de mercado: estudiando la demanda real o potencial sobre la oferta que existe. Como el estudio lo vamos a realizar tu mismo/ a, sin recurrir a una empresa especializada en este tipo de estudios, lo haremos de manera sencilla marcando 4 etapas diferentes:
 - 1) Recogida de datos: recogeremos aspectos cuantitativos y cualitativos de la demanda, y aspectos cuantitativos y

cualitativos de la oferta que ya existe y que ofrece nuestra competencia.

- 2) Después depuraremos estos datos para eliminar los que nos puedan conducir a error, y los analizaremos.
 - 3) Interpretaremos los resultados, que deben darnos una visión global del mercado.
- b. Estudio económico financiero: plasmará los medios financieros necesarios para empezar a trabajar, conteniendo un presupuesto inicial de gastos y una previsión de ingresos para los primeros ejercicios. Al final de este estudio tendremos que decidir si las fuentes de financiación que respaldarán nuestro proyecto serán propias o para seguir adelante con el proyecto, por el contrario, tendremos que buscar fuentes de financiación ajenas.
- c. Estudio de localización de la AV: dónde la vamos a instalar. Vamos a instalar una AV minorista, por lo que debemos situarnos en un área comercial muy concurrida de nuestra ciudad o pueblo, eligiendo un lugar muy visible. Si se trata de una zona nueva, o incluso en una zona ya explotada, deberemos consultar los planes urbanísticos del ayuntamiento para asegurarnos el futuro de nuestro negocio. Si nos vamos a instalar en un barrio tendremos que estudiar el nivel adquisitivo del mismo, estudiar tipo de edificios, coches de los vecinos del barrio, forma de vida, si hay bancos o no en la zona, el tipo de establecimientos comerciales que se dan en dicha zona, etc.

Una vez realizado este sencillo estudio podrás ver si tu proyecto empresarial es viable y rentable para establecerte por tu cuenta. Con estas pautas, céntrate en tu ciudad o en tu barrio que lo conoces bien, y realiza el estudio.

Respuesta a supuesto práctico 2.

2. Recordamos que nuestro proyecto empresarial está basado en una agencia de viajes minorista, por lo que los requisitos los clasificaremos de la siguiente forma:

- La forma empresarial teniendo en cuenta que se trata de una agencia de viajes minorista, y que nos vamos a establecer por nuestra cuenta y riesgo, será Sociedad Limitada.
- La fianza individual está fijada en 60.000 €.
- La fianza colectiva mediante aportación a las Asociaciones representativas de AAVV, será de 30.000 €.
- Las pólizas de seguros deberán cubrir los siguientes 3 bloques de responsabilidad, con una cuantía mínima de 150.000 € por cada bloque; responsabilidad civil de explotación del negocio, civil indirecta o subsidiaria y responsabilidad de daños patrimoniales primarios.

Las fases que sigue el proceso de tramitación para la obtención del título licencia, son las que se detallan en el primer punto de la unidad didáctica 4 de este módulo, siendo común para cualquier categoría de AV; minorista, mayorista o mixta.

MÓDULO 4: DIFERENTES TIPOS DE TRANSPORTE

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina “Diferentes tipos de transporte” y constituye el cuarto módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos Específicos y Criterios de Evaluación.**

A continuación se relacionan los objetivos específicos y los criterios de evaluación de este módulo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer los distintos tipos de transportes, definiendo sus principales características.	Ser capaz de destacar las principales ventajas y características de los distintos tipos de transporte, y conocer las peculiaridades, clasificación y estableciendo diferencias dentro de cada tipo.
Establecer la relación entre las agencias de viajes y las compañías de transporte.	Entender y conocer cual es la relación de la agencia de viajes, que gestiona y que la convierte en la intermediaria de los diferentes servicios de transporte que ofrecen las compañías.

➤ **Actitudes:**

- Actitud de aprendizaje hacia las principales características de cada tipo de transporte y subtipologías, objeto de intercambio en el proceso de venta en las agencias de viajes
- Interés por la normativa existente que regula el transporte

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Transporte aéreo.
- Unidad Didáctica 2: Transporte ferroviario.
- Unidad Didáctica 3: Transporte por carretera.

- Unidad Didáctica 4: Transporte marítimo.

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 30 horas, de las cuales 8 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2 horas se dedican a la evaluación. Por tanto, las 20 horas restantes se dividirán entre las cuatro unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Unidad Didáctica 1: Transporte aéreo

- Introducción
- Situación actual del transporte aéreo
- Algunas definiciones de glosario aéreo
- Compañías aéreas: definición y clasificación
- Relación entre las compañías aéreas y las agencias de viaje
- Industria de los fabricantes de aeronaves
- Regulación del transporte aéreo

Unidad Didáctica 2: Transporte ferroviario.

- Introducción
- El ferrocarril en España
- RENFE y FEVE
- Regulación del transporte ferroviario

Unidad Didáctica 3: Transporte por carretera

- Introducción
- Los autocares: características
- Tipos de servicios de transporte en autocar
- Circulación de autocares en el extranjero
- Reglamento
- Alquiler de coches

Unidad Didáctica 4: Transporte marítimo

- Tipos de transporte marítimo
- Definición vocabulario marítimo
- Compañía Trasmediterránea
- Cruceros

○ Contenidos Prácticos:

El supuesto práctico que se plantea se dirige a probar lo que se ha aprendido en este módulo de los tipos de transporte y servicios y productos dentro de los mismos. Se plantean los siguientes supuestos prácticos:

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Clasifica los distintos tipos de compañías aéreas que se dan según el tipo de servicio que ofrecen y enumera las diferentes alianzas de compañías aéreas y la razón de estas uniones entre compañías.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Supón que eres un/a agente de viajes, y que se presenta un/a cliente/a en tu agencia con la intención de alquilar un coche. Señala de forma resumida, los pasos a seguir, los datos que necesitarías para reservar el servicio, las condiciones que tienes que explicar al/ a la conductor/a que te contrata el alquiler, los requisitos, etc.

➤ Metodología:

○ Características Generales:

Este Módulo se ha desarrollado siguiendo el mismo esquema de trabajo que el resto de contenidos, por lo que las características generales más desatacadas son las mismas que las que posee el material completo.

Este material es un material bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 4 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye esquemas con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/la alumno/a.

○ Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Este módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Diferentes tipos de transporte.
- Objetivos generales del módulo:
 - Conocer los diferentes tipos de transporte que existen y que se comercializan en las AAVV y su regulación.
 - Destacar las características principales de cada uno de los tipos de servicios de transporte.
 - Establecer la relación entre las AAVV y las compañías de transporte.
- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Transporte aéreo.
 - Unidad Didáctica 2: Transporte ferroviario.
 - Unidad Didáctica 3: Transporte por carretera.
 - Unidad Didáctica 4: Transporte marítimo.
- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas

o La metodología en la FPO:

La metodología de este módulo se debe enfocar en primer lugar a la comprensión de los diferentes modalidades de transporte, así como las características principales y las normas que regulan cada uno de ellos y las principales empresas protagonistas de los mismos.

Al ser una enseñanza de FPO, el/la formador/a debe orientar su metodología de forma diferente que si no lo fuera. El curso es mixto, puesto que contiene contenidos prácticos y teóricos, pero también debe tener en cuenta que se dirige a personas que buscan aprender para desarrollar sus capacidades en el trabajo.

Por tanto, la metodología tendrá en cuenta la necesidad de desarrollar estas capacidades antes que tener que dar un temario o contenidos didácticos, puesto que lo principal será cumplir los objetivos de capacitación del alumnado. Además de esto, el/la formador/a debe tener en cuenta dos aspectos:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En

cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.

2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:
- Conocer los diferentes tipos de transporte que existen y que se comercializan en las AAVV y su regulación.
 - Destacar las características principales de cada uno de los tipos de servicios de transporte.
 - Establecer la relación entre las AAVV y las compañías de transporte.

El/la formador/a puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias y/o la utilización del cañón con las presentaciones Power Point que se muestran a continuación.

INTRODUCCION

TIPOS DE TRANSPORTE

- **TRANSPORTE AEREO**
 - **TRANSPORTE FERROVIARIO**
 - **TRANSPORTE POR CARRETERA**
 - **TRANSPORTE MARÍTIMO**

UNIDAD DIDÁCTICA 1 SITUACIÓN TRANSPORTE AÉREO

Hay 4 alianzas aéreas a destacar:

- **ONEWORD**
- **STAR ALIANCE**
- **SKY TEAM**
- **QUALIFLYER**



UNIDAD DIDÁCTICA 1 SITUACIÓN TRANSPORTE AÉREO

CLASIFICACIÓN DE COMPAÑÍAS AÉREAS

- **Regulares**
 - Internacionales
 - Domésticos o nacionales
 - Regulares
- **Chárters**



UNIDAD DIDÁCTICA 2 TRANSPORTE FERROVIARIO

EL FERROCARRIL EN ESPAÑA

Las 2 compañías ferroviarias estatales:

- **RENFE** (Red Nacional de Ferrocarriles Españoles)
- **FEVE** (Ferrocarril de Vía Estrecha)



UNIDAD DIDÁCTICA 2 TRANSPORTE FERROVIARIO

PRINCIPALES PRODUCTOS DE RENFE

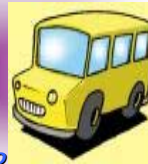
- *Grandes líneas*
- *Alta Velocidad*
- *Cercanía*
- *Regionales*



UNIDAD DIDÁCTICA 3 TRANSPORTE POR CARRETERA

TIPOS DE AUTOCARES

- *Autobús*
- *Microbús*
- *Autobús articulado*



UNIDAD DIDÁCTICA 3 TRANSPORTE POR CARRETERA

TIPOS DE SERVICIO DE TRANSPORTE EN AUTOCAR

- *Línea Regular*
- *Servicio discrecional*



UNIDAD DIDÁCTICA 3 TRANSPORTE POR CARRETERA

ALQUILER DE COCHES

Ventajas:

- *Libertad de movimiento*
- *Programación individual del viaje*
- *Accesibilidad*
- *Buena relación calidad/precio*



UNIDAD DIDÁCTICA 4 TRANSPORTE MARÍTIMO

ABARCA EL TRANSPORTE:

- *Marítimo*
- *Fluvial*
- *Lacustre*



UNIDAD DIDÁCTICA 4 TRANSPORTE MARÍTIMO

TIPOS DE LINEAS MARÍTIMAS

- *Línea de Transporte Regular:*
 - *TRANSMEDITERRÁNEA:*
Principal línea española.
 - *Línea de Transporte Chárter*
 - *CRUCEROS:*
Principal línea de transporte no regular.

UNIDAD DIDÁCTICA 4 TRANSPORTE MARÍTIMO

CRUCEROS: ITINERARIOS MÁS USUALES

- *Mediterráneo*
- *Fiordos*
- *Medio Oriente*
- *Caribe*



➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos.

Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

Autoevaluación

1. Sobre el alquiler de vehículos. Señala cuál de las siguientes afirmaciones falsa:

- a. El alquiler puede ser con o sin conductor.
- b. No se puede reservar a través de AV a no ser que se trate de alquiler por medio de los talonarios de hotel.
- c. El seguro básico obligatorio, CDW, está incluido.

2. Señala cuál de los siguientes servicios no se consideraría un servicio discrecional:

- a. El transfer realizado de pasajeros de recogida en aeropuerto para trasladar al hotel.
- b. El servicio de traslado de una ciudad a otra que se realiza diariamente con itinerario y horario establecido.
- c. Un circuito en autocar por el Norte de España realizado a un grupo especial.

3. En cuanto al transporte en autocar, señala la afirmación correcta:

- a. Los microbuses son autobuses más pequeños, normalmente con capacidad entre 15 a 20 pasajeros.
- b. El autobús articulado no puede circular por carretera, son autobuses concebidos para el transporte urbano de pasajeros dentro de una ciudad.
- c. Los microbuses son autobuses más pequeños, con capacidad aproximada de entre 15 a 20 pasajeros, si el número de pasajeros que puede transportar por su capacidad está entre 10 a 15, no se considera dentro del grupo de autocares.

4. Señala cuáles son productos dentro de las Grandes Líneas de RENFE:

- a. Euromed, Arco, Altaria y Trenhotel, solamente.
- b. Altaria, TALGO y Regionales.

- c. Euromed, Arco, Altaria, entre otros

5. Señala la opción correcta de entre las siguientes afirmaciones sobre la reserva y venta de billetes de RENFE:

- a. Todos los trenes se comercializan a través de agencia.
- b. Los trenes de cercanías sólo se venden en las estaciones de Renfe con una antelación de 15 días.
- c. Los trenes de cercanías sólo se venden en las estaciones de Renfe el mismo día de viaje.

6. El Transporte Marítimo o acuático abarca el transporte por agua ya sea:

- a. Marítimo o fluvial.
- b. Por mar, ríos o lagos, sólo de pasajeros.
- c. Marítimo, fluvial o lacustre tanto de pasajeros como de mercancías.

7. Señala cuál de las siguientes definiciones es la correcta:

- a. Proa: se trata de la parte trasera del barco.
- b. Estabilizadores: Se trata de un mecanismo instalado en los laterales del barco para eliminar el efecto balancín producido por el mar.
- c. Manga: es la longitud del barco.

8. Las Compañías Aéreas Regulares son:

- a. Empresas que prestan servicio de transporte aéreo sobre unas rutas, un horario y un calendario fijo y publicados en manuales y guías. Dividiendo sus servicios según la ruta en: compañías nacionales, internacionales y regionales.
- b. Empresas que prestan servicio de transporte aéreo sobre unas rutas, un horario y unos calendarios fijos y publicados en manuales y guías. Dividiendo sus servicios según la ruta en: compañías nacionales, internacionales y domésticas.
- c. Empresas que prestan servicios de transporte aéreo de forma ocasional, sin ajustarse a ningún horario establecido y sin recorrido fijo establecido.

9.Cuál de los siguientes descuentos no se corresponde con el establecido para los trayectos de la compañía TRASMEDITERRÁNEA:

- a. 33% para residentes en Canarias en trayectos directos a resto del territorio nacional, y del 25% en caso de desplazamientos insulares intracomunitarios.
- b. 33% para residentes en Baleares, en trayectos directos al resto del territorio nacional y del 25 % en caso de desplazamientos interinsulares intracomunitarios.
- c. 33% para residentes en Ceuta y Melilla en trayectos directos entre dicha comunidad y el resto del territorio nacional.

10. El convenio por el que se unifican las normas y limitaciones relativas que regulan el transporte aéreo internacional y desde entonces ha sido muy útil en la comunidad internacional, se llama:

- a. Convenio de Bruselas.
- b. Convenio de Varsovia.
- c. Ley de Navegación Aérea.

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	B	B	A	C	C	C	B	A	B	B

○ **Soluciones de los Supuestos Prácticos:**

Respuesta a supuesto práctico 1.

- **Compañía Aérea Regular.**
 - Compañías Internacionales.
 - Compañías Domésticas o Nacionales.
 - Compañías Regionales.
- **Compañías Aérea Chárter.**

Las alianzas se producen porque el mercado obliga a las compañías a ofrecer más productos, más buenos y más baratos, y éstas no pueden tener todos los vuelos, destinos y horarios y esto hace que desde finales de los 90 las compañías aéreas se unan creando alianzas aéreas. Hay 4 importantes:

ONEWORLD, STAR ALLIANCE, SKYTEAM, QUALIFLYER.

Respuesta a supuesto práctico 2.

- Pedimos al/ a la cliente/a sus datos personales, nombre y apellidos, dirección y teléfono y permiso de conducir.
- Comprobamos que el/la conductora tiene la edad requerida según las condiciones de la compañía de alquiler y comprobamos la antigüedad del carné de conducir.
- Informamos de las condiciones de alquiler, tales como necesidad de tarjeta de crédito para cubrir el importe del seguro con franquicia, la franquicia está fijada según el modelo de coche que alquila, y así le informamos, importe que la compañía de alquiler, en caso de siniestro podrá tomar según peritación del accidente de esta franquicia.
- Informamos de los kilómetros incluidos en el alquiler y del precio sobre kilometraje adicional.
- Informamos que el coche le será entregado con el tanque de combustible lleno y que deberá devolverlo así, en caso contrario, le podrán cobrar el combustible de la tarjeta que entrega como garantía.
- Fijaremos el precio que nosotros vamos a cobrar según lo establecido con la empresa de alquiler y nuestros gastos de gestión por la reserva en tal caso,
- Realizaremos la reserva con la empresa de alquiler, y emitimos bono de agencia canjeable por los servicios que el/la cliente/a nos contrata y que especificaremos en el bono, de tal forma que indicaremos:
 - Grupo del coche
 - Días de alquiler
 - Fecha de recogida y entrega
 - Nombre del / de la conductor/ a
 - Kilometraje incluido
 - Lugar de entrega y recogida
 - Localizador de la reserva con la compañía de alquiler
 - Servicios extras o adicionales que se hayan contratado
- Informamos al/ a la conductor/ a que nos alquila el vehículo, que tendrá que firmar el contrato de alquiler propiamente en la oficina de la empresa de alquiler en el momento de retirar el vehículo, debiendo presentar el bono que emitimos en nuestra agencia y su Carné de conducir con la tarjeta de crédito correspondiente.

Por último entregamos el bono de agencia al/ a la cliente/a, debidamente sellado y cumplimentado, y cobramos el importe del servicio.

MÓDULO 5: TARIFAS Y BILLETAJE

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina “Tarifas y billeteaje” y constituye el quinto módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer los diferentes tipos de viaje y tipos de vuelo del transporte aéreo.	Diferenciar los tipos de vuelos y tipos de viaje para tramitar reservas aéreas y poder aplicar los diferentes sistemas de tarifas.
Clasificar las tarifas y estudiar los principales descuentos aplicables.	Saber aplicar las tarifas en función de las condiciones del/ de la pasajero/a y las propias de la tarifa.
Conocer el sistema de liquidación de billetes y tipos de reembolsos.	Poder gestionar adecuadamente el sistema de control y liquidación de los billetes y de los reembolsos.
Conocer las principales ofertas de RENFE, así como todo lo que engloba a la reserva y emisión de billetes de la compañía.	Manejar el sistema tarifario de RENFE, y conocer su sistema de reservas y emisión de billetes.

➤ **Actitudes:**

- Disposición para aplicar los conocimientos teóricos obtenidos en este modulo en la práctica.

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Tarifas aéreas: tipos de viaje.
- Unidad Didáctica 2: Liquidaciones y reembolsos.
- Unidad Didáctica 3: Otros documentos utilizados en el servicio aéreo.
- Unidad Didáctica 4: Comisiones y Fees.
- Unidad Didáctica 5: Tarifas ferroviarias y emisión de billetes de tren.

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 40 horas, de las cuales 13 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos,

mientras que 3 horas se dedica a la evaluación. Por tanto, las 24 horas restantes se dividirán entre las cinco unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Unidad Didáctica 1: TARIFAS AÉREAS: TIPOS DE VIAJE

- Tarifas aéreas
- Clasificación de las tarifas
- Descuentos en tarifas nacionales
- Tarifas internacionales
- Tipos de viaje
- Tipos de vuelos

Unidad Didáctica 2: LIQUIDACIONES Y REEMBOLSOS

- Liquidaciones de los billetes aéreos
- Reembolsos

Unidad Didáctica 3: OTROS DOCUMENTOS UTILIZADOS EN EL TRANSPORTE AÉREO

- El billete aéreo
- Tipos de billetes de avión que emiten las agencias de viajes
- Otros documentos

Unidad Didáctica 4: COMISIONES Y FEES

- Comisiones y Fees

Unidad Didáctica 5: TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISIÓN DE BILLETES DE TREN

- Principales tarifas de RENFE
- Normativa de emisión de billetes

○ **Contenidos Prácticos:**

Dadas las características esencialmente teóricas del módulo se proponen como ejercicios prácticos los siguientes:

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Supón que en tu agencia, se presenta un/a cliente/a para cancelar un billete de avión emitido por ti mismo/a el día anterior, solicitando el reembolso del mismo. Se trata de una tarifa económica, con la compañía Iberia para un trayecto de Jerez-Madrid ida y vuelta.

- a. El/la cliente/a solitita cancelar el billete completo. Indica los pasos a seguir según de que tipo de reembolso se trata. Ten en cuenta que vas a trabajar a través del sistema de reembolso automático.
- b. Por otro lado, supón ahora que el/la cliente/a ya ha utilizado la ida y sólo quiere cancelar el trayecto de regreso Madrid-Jerez.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Señala en cada caso de los que proponemos a continuación, que % de descuento aplicarías por la condición del pasajero/a:

- Un/a niño/a de 13 años viajando en tren Regional y en AVE.
- Una persona de 63 años que presente su DNI.
- Un billete de ida y vuelta en tren regional.
- Un billete de ida y vuelta de una persona de 63 años que viaja en martes y presenta Tarjeta Dorada.
- Un billete de ida y vuelta para niño/a.
- Un/a niño/a de 3 años sin ocupar asiento.
- Un/a niño/a de 3 años ocupando asiento y con familia numerosa.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 5 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye apartados diferenciados con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/a alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y

estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al pasajero/a, adulto/a, niño/a, etc.

o **Estructura de los Materiales Didácticos:**

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Tarifas y billeteaje
- Objetivos generales del módulo:
 - a. conocer los diferentes sistemas tarifarios en el transporte aéreo a través de conocer los tipos de viaje y tipos de vuelos
 - b. conocer las diferentes tarifas aplicables en la principal compañía ferroviaria en España, y las principales características y condiciones de reserva y emisión de billetes de tren.
- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Tarifas aéreas: tipos de viaje.
 - Unidad Didáctica 2: Liquidaciones y reembolsos.
 - Unidad Didáctica 3: Otros documentos utilizados en el servicio aéreo.
 - Unidad Didáctica 4: Comisiones y Fees.
 - Unidad Didáctica 5: Tarifas ferroviarias y emisión de billetes de tren.
- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o **La Metodología en la FPO:**

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la

exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste/a junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.
2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:
 - a. Conocer los diferentes tipos de viaje y tipos de vuelo que existen en el transporte aéreo.
 - b. Diferencias entre las diferentes tarifas aplicables y descuentos según la condición de los/as pasajeros/as.
 - c. Establecer el sistema de liquidación del transporte aéreo.
 - d. Conocer las principales tarifas en el transporte ferroviario y las condiciones de reserva y emisión de billetes.
3. La persona que se dedique a la impartición de este módulo podrá utilizar ejemplos de reservas y billetes de compañías reales para hacer una explicación más orientada a la actividad real.
4. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para que el alumnado tenga más fácil la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias. A continuación mostramos unas transparencias con el objetivo de que se puedan utilizar en la impartición de este módulo:

UNIDAD DIDÁCTICA 1 TARIFAS AEREAS: TIPOS DE VIAJE

CLASIFICACIÓN DE LAS TARIFAS

- > **Publicadas**
 - Nobles
 - Promocionales o especiales
- > **Confidenciales o creativas**
 - IT
 - BT
 - GRUPO
- > **Propias**

UNIDAD DIDÁCTICA 1 TARIFAS AEREAS: TIPOS DE VIAJE

PRINCIPALES DESCUENTOS EN TARIFAS NACIONALES

- > **Infant**
- > **Child**
- > **Broche de oro**
- > **Grupos**
- > **Residentes**
- > **Estudiante**
- > **Joven**



UNIDAD DIDÁCTICA 1 TARIFAS AEREAS: TIPOS DE VIAJE

PRINCIPALES DESCUENTOS EN TARIFAS INTERNACIONALES

- > **DUFANT**
- > **CHILD**
- > **SENIOR**
- > **JOVEN**
- > **ESTUDIANTE**
- > **GUBERNAMENTAL**
- > **TRABAJADORES/AS**
- > **PROFESORES/AS**



UNIDAD DIDÁCTICA 1 TARIFAS AEREAS: TIPOS DE VIAJE

TIPOS DE VIAJES

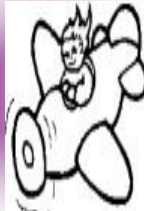
- > **Viaje de ida**
- > **Viaje de ida y vuelta**
- > **Circular**
- > **Angular**



UNIDAD DIDÁCTICA 1 TARIFAS AEREAS: TIPOS DE VIAJE

TIPOS DE VUELOS

- > **Directos**
- > **Indirectos**
Con escalas o vía un punto
- > **Shuttle**



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LIQUIDACIONES Y REEMBOLSOS

LIQUIDACIÓN DE BILLETES AÉREOS



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LIQUIDACIONES Y REEMBOLSOS

TIPOS DE REEMBOLSOS

- > **Total**
- > **Parcial**
- > **Parcial de billetes en conexión**



UNIDAD DIDÁCTICA 3 TIPOS DE BILLETES

- > **Mecanizados**
- > **ATB**
- > **Electrónicos (ET)**



UNIDAD DIDÁCTICA 4 COMISIONES Y SERVICES FEES

**EL IMPORTE DEL SERVICES FEE
VARIA EN FUNCION DE LA
COMPAÑÍA, DEL DESTINO Y DEL
TIPO DE BILLETE**

UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

PRINCIPALES OFERTAS DE RENFE

- > Niños/as
- > Carné joven
- > Tarjeta dorada
- > Ida y vuelta
- > Oferta T4 completa
- > Oferta turística completa
- > Cargos
- > Abonos
- > Congresos, ferias y exposiciones



UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

DESCUENTOS POR CONVENIO

- > Militares
- > Familias numerosas
- > ONCE



UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

VENTA ANTICIPADA

- > Grandes líneas: 2 meses
- > Regionales: 15 días
- > AVE: 2 meses
- > Tren Hotel Elipsos: 90 días



UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

GASTOS POR ANULACIÓN DE BILLETES RENFE

- > Grandes líneas 15 %
- > Regionales 10 %
- > AVE
- > Internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

GASTOS POR CAMBIOS DE BILLETES RENFE

- > Trenes Internacionales 1,5 €
- > ALISOS 10 %
- > Nacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5 TARIFAS FERROVIARIAS Y EMISION DE BILLETES DE TREN

COMERCIALIZACIÓN PRODUCTO RENFE

AGENCIAS DE VIAJES A través de **S.I.R.E**

(Sistema de Información y Reservas de Renfe)

➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos.

Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

AUTOEVALUACIÓN

1. Indica cuál es la principal clasificación de las tarifas aéreas:

- a. Publicadas, Promocionales y Confidenciales.
- b. Publicadas, Confidenciales y Propias.
- c. Promocionales, Confidenciales y Propias.

2. Las tasas son impuestos que se imputan al viajero, señala cuál de las siguientes afirmaciones es la correcta:

- a. Las tasas son de tres tipos: mercantiles, de entrada y salida y de aeropuerto, y todas ellas están incluidas siempre en el precio total del billete.
- b. Todas las tarifas llevan el IVA incluido, además del precio hay que añadirle en los vuelos nacionales dos tasas, las tasas de servicio aeropuerto RS, y las tasas de seguridad QV, cuyo pago es obligatorio.
- c. Las tasas son el IVA o IGIC, y las tasas de entrada y salida del país, que raramente se incluyen en el billete.

3. Los diferentes tipos de viaje que pueden darse en el tráfico aéreo son:

- a. Viaje de ida, ida y vuelta, y viaje circular.
- b. Ida, ida y vuelta y viaje angular.
- c. Ida, ida y vuelta, circular y angular.

4. El vuelo que es operado sin escalas, o que siendo operado con escalas se tratara de escala técnica, y en este caso el recorrido completo irá en un solo cupón de vuelo se llama:

- a. Vuelo conectado.
- b. Vuelo indirecto.
- c. Vuelo directo.

5. El reembolso con gastos de un billete de avión puede ser:

- a. Total porque se reembolsan todos los cupones de vuelo del billete.
- b. Total porque se reembolsa en importe total pagado por el billete.
- d. Parcial porque se devuelve el importe del billete menos los gastos que conlleve las condiciones expresas de la tarifa.

6. Las tarifas aéreas nacionales españolas están reguladas por:

- a. La IATA
- b. El BSP
- c. La Ley de Navegación Civil.

7. Se puede disfrutar de los descuentos por residentes en los siguientes casos:

- a. Residentes en Baleares o Canarias con DNI en regla donde se acredite la condición de residente en las islas.
- b. Residentes en Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla, con DNI en regla y además certificado de residencia expedido por el Ayuntamiento de residencia.
- c. Residentes en Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla, con DNI en vigor con residencia actualizada que de derecho a la bonificación o, en su defecto, certificado en vigor de residencia.

8. Las principales diferencias entre el billete ATB y el billete ET o billete electrónico son:

- a. El billete electrónico no se emite físico en papel.
- b. El billete electrónico no se emite físico en papel ni se liquida.
- c. El billete ATB tiene un incremento en su precio establecido por todas las compañías.

9. En RENFE los descuentos por convenio son:

- a. Militares, Guardia Civil y Familia numerosa.
- b. Familia Numerosa, ONCE y Militares.
- c. Militares, Congresos, Ferias y Exposiciones, y Familia Numerosa.

10. En cuanto a la venta anticipada de billetes, RENFE pone a la venta sus plazas:

- a. 2 meses antes en todos los trenes y trayectos.
- b. 2 meses antes para todos los trenes excepto para los regionales que son 15 días.
- c. 2 meses antes para Grandes líneas y AVE, y 15 días para regionales.

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	B	B	C	C	A	C	C	A	B	C

○ **Solución del Supuesto Práctico 1:**

a. Es un Reembolso total porque el/la pasajero/a no ha utilizado ningún cupón de vuelo del billete.

Cancelamos la reserva y comprobamos los posibles gastos de cancelación que tenga la tarifa por las condiciones de la propia tarifa. Puede ser con o sin gastos, según las condiciones de la tarifa. Como se trata de un Reembolso electrónico total.

- Comprobaremos que aparecerá en el status del registro una "O" de *open for use*, en todos los cupones.
- Recuperaremos el registro del billete mediante la transacción correspondiente en el sistema.
- Procederemos entonces con la transacción de reembolso desde Amadeus.
- Como el reembolso es total, el sistema de forma automática realiza la actualización de la base de datos y genera el REA, y el recibo de reembolso en la impresora, y ambos documentos se remitirán al BSP.

c. Se trata ahora de un Reembolso electrónico parcial porque el/la pasajero/a ha volado el primer segmento de vuelo.

- Comprobamos si la tarifa permite reembolso y las condiciones del mismo, días de antelación para cancelar el trayecto, gastos, etc.
- Cancelamos la reserva de vuelo correspondiente al trayecto y cupón de vuelo a reembolsar.
- Seleccionamos la posibilidad de realizar un reembolso parcial por el sistema, para completar en una máscara los datos de la tarifa utilizada por el trayecto de ida, gastos y total.

○ **Solución del Supuesto Práctico 1:**

- Un/a niño/a de 13 años viajando en tren Regional y en AVE: 40% de descuento en AVE, en Regional con 13 años ya no es aplicable este descuento.

- Una persona de 63 años que presente su DNI: Ningún descuento por condición de/ de la pasajero/a porque debe presentar Tarjeta Dorada de Renfe.
- Un ida y vuelta en tren regional: 20 %, igual que en el resto de los trenes.
- Un billete de ida y vuelta de una persona de 63 años que viaja en martes y presenta Tarjeta Dorada: 40% de descuento.
- Un billete de ida y vuelta para niño/a: 40 % por condición de menor.
- Un niño/a de 3 años sin ocupar asiento: no paga billete.
- Un niño/a de 3 años ocupando asiento y con familia numerosa: 40 % descuento acumulable al descuento correspondiente según la categoría de familia numerosa.

MÓDULO 6: SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN Y SERVICIOS DIVERSOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina “Servicios de alojamiento y restauración y servicios diversos de las agencias de viajes” y constituye el sexto módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer la situación actual del mercado de alojamiento y restauración.	Saber cuales son las tendencias del mercado, conocer los tipos, la clasificación y la oferta del servicio de alojamiento, así como relacionar la actividad de la restauración como otra actividad turística que se oferta también a través de la agencia de viajes.
Establecer la relación entre las empresas de alojamiento y restauración y las agencias de viajes.	Entender que la relación entre ambos se basa en la función intermediaria que desarrolla la agencia de viajes y en la función productora de la misma, incluyendo el servicio de alojamiento y restauración en sus servicios o productos.

Tomar conciencia de la importancia que tiene la oferta de otros servicios que se adquieren en la agencia de viajes.	Conocer otros servicios que se ofrecen y comercializan a través de las agencias de viajes, como servicios complementarios o servicios sueltos.
---	--

➤ **Actitudes:**

- Capacidad de entender la importancia de ofertar la amplia gama de servicios y productos que ofrecen las agencias de viajes.

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Situación actual de los alojamientos
- Unidad Didáctica 2: El alojamiento
- Unidad Didáctica 3: La restauración.
- Unidad Didáctica 4: Servicios diversos
- Unidad Didáctica 5: Animación turística
- Unidad Didáctica 6: Otros servicios

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 40 horas, de las cuales 14 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2 horas se dedica a la evaluación. Por tanto, las 23 horas restantes se dividirán entre las seis unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Los contenidos que se van a desarrollar en el presente módulo son los siguientes:

Unidad Didáctica 1: SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ALOJAMIENTOS

- Introducción
- Diferentes demandas de alojamiento

Unidad Didáctica 2: EL ALOJAMIENTO

- Clasificación hotelera: situación general en España
- Tipos de reserva y procedimiento
- Relaciones entre los hoteles y las agencias de viajes

Unidad Didáctica 3: LA RESTAURACIÓN

- Introducción

- Relaciones entre los restaurantes y las agencias de viajes

Unidad Didáctica 4: SERVICIOS DIVERSOS

- Seguros de viaje
- Reserva y venta de entradas a espectáculos, museos y monumentos
- Parques de atracciones

Unidad Didáctica 5: ANIMACIÓN TURÍSTICA

- Introducción

Unidad Didáctica 6: OTROS SERVICIOS

- Otros servicios

○ **Contenidos Prácticos:**

Dadas las características del módulo se propone como ejercicio la resolución de un supuesto práctico en el que poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Imaginamos que hacemos una reserva directamente a un hotel, siendo sus precios los que detallamos a continuación. El hotel nos confirma que el iva no está incluido en los precios y que nuestra comisión de agencia es el 10%. Todos los precios son comisionables. Se pide calcular precios brutos y netos:

1. El precio de una habitación doble 4 noches en sólo alojamiento.
2. El precio de una habitación individual 3 noches en alojamiento y desayuno.
3. El precio de una habitación triple 2 noches en alojamiento y desayuno, sabiendo que la tercera persona es adulta.

Prix por Pax/noche en doble: 40 €
Suplemento individual: 20 €
Descuento 3ª pax: 15%
Desayuno no incluido: 12 €/ pax

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Detalla los pasos que has seguido para hacer la reserva, imagina que haya sido una reserva efectuada por teléfono, y los datos que has

intercambiado con tu interlocutor.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 6 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye apartados diferenciados con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/a alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al cliente/a, vendedor/a, etc.

○ Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Servicios de alojamiento y restauración y servicios diversos de las agencias de viajes
- Objetivos generales del módulo:
 - Conocer la situación actual y las tendencias del mercado, los tipos y la oferta del alojamiento y restauración.

- Establecer la relación de las empresas de alojamiento y restauración con las agencias de viajes.
- Presentar otros servicios complementarios o sueltos que se ofrecen en las agencias de viajes.

- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:

- Unidad Didáctica 1: Situación actual de los alojamientos
- Unidad Didáctica 2: El alojamiento
- Unidad Didáctica 3: La restauración.
- Unidad Didáctica 4: Servicios diversos
- Unidad Didáctica 5: Animación turística
- Unidad Didáctica 6: Otros servicios

- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o La Metodología en la FPO:

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste/a junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.

2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:

- a. Conocer la situación actual y las tendencias del mercado, los tipos y la oferta del alojamiento y restauración.
- b. Establecer la relación de las empresas de alojamiento y restauración con las agencias de viajes.

- c. Presentar otros servicios complementarios o sueltos que se ofrecen en las agencias de viajes.
3. La persona que se dedique a la impartición de este módulo podrá utilizar ejemplos de empresas reales, bonos de agencia, ejemplos de reservas, etc. para hacer una explicación más orientada a la actividad real de la agencia de viajes.
4. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para que el alumnado tenga más fácil la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias. A continuación mostramos unas transparencias con el objetivo de que se puedan utilizar en la impartición de este módulo:

UNIDAD DIDÁCTICA 1 SITUACION ACTUAL DE LOS ALOJAMIENTOS

OFERTA DE PRODUCTOS DE ALOJAMIENTO DE LAS AA.VV

- Servicios sueltos de alojamiento
- Viajes organizados con alojamiento
- Producto estancias
- Producto talonarios



UNIDAD DIDÁCTICA 1 SITUACION ACTUAL DE LOS ALOJAMIENTOS

TALONARIOS DE HOTEL

Principales ventajas y características:

- No son nominativos
- Algunos se pueden comprar sueltos
- Hay gran cantidad de establecimientos concertados
- Incluyen:
 1. Parques de atracciones
 2. Parques temáticos
 3. Coches de alquiler
 4. Espectáculos
- Ofrecen descuentos en trenes



UNIDAD DIDÁCTICA 2 CLASIFICACION HOTELERA

- Hoteles de 5 a 1 estrella
- Hostales y pensiones
- Paradora de Turismo
- Establecimiento extrahotelero
- Campamentos turísticos
- Albergues juveniles



UNIDAD DIDÁCTICA 2 CLASIFICACION HOTELERA

TIPOS DE ALOJAMIENTOS

- Hoteles clásicos
- Hoteles modernos
- Hoteles vacacionales
- Alojamientos singulares y hostelería local
- Balnearios
- Alojamientos de carretera, campings, establecimientos extrahoteleros, multipropiedad y alojamiento semicomerciales.



UNIDAD DIDÁCTICA 2 CLASIFICACION HOTELERA

TIPOS DE TARIFAS DE ALOJAMIENTO

- **Individuales**
 1. Rack Rates
 2. Special Rates
 3. Corporate Rates
- **Grupos**
- **Cupos**
 1. Back to Back
 2. Series
 3. FIT / FGT o DIT / DGT



UNIDAD DIDÁCTICA 2 CLASIFICACION HOTELERA

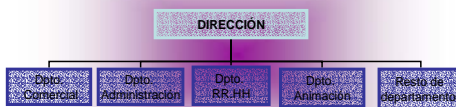
VIAS PARA RESERVAS DE ALOJAMIENTOS

- Establecimientos o cadenas con acuerdos
- Centrales de reservas
- Centrales de reservas de cadenas hoteleras
- Sistemas globales de distribución (GDS)
- Corresponsales
- Directamente con el establecimiento
- Mayoristas de estancias
- Producto talonario
- Internet



UNIDAD DIDÁCTICA 2 CLASIFICACION HOTELERA

ANIMACION TURÍSTICA COMO OTRO DEPARTAMENTO DE HOTEL



UNIDAD DIDÁCTICA 3 LA RESTAURACION

NUEVAS VARIETADES DE COCINA PARA EL PRODUCTO DE RESTAURACION

- Nueva cocina
- Fast Food
- Cocina macrobiótica
- Cocina internacional
- Cocina regional
- Catering
- Cocina 24 horas



UNIDAD DIDÁCTICA 4 SERVICIOS DIVERSOS

OTROS SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS AA.VV.

- Reserva y venta de entradas a espectáculos, monumentos y museos
- Parques de atracciones y temáticos
- Parques acuáticos
- Ventas de guías de viajes
- Ventas de seguros de viajes



UNIDAD DIDÁCTICA 5 ANIMACION TURISTICA

El departamento de animación turística se encarga de la planificación y organización de las actividades de la clientela de un establecimiento hotelero.

Guía turístico: Gran capacidad de comunicación y de organización, sentido lúdico, gran entusiasmo, dinamismo, extroversión, etc...

El/la animador/a posee la capacidad de suscitar y orientar iniciativas destinadas a animar, a estimular la vida física, mental y afectiva de un grupo humano.

UNIDAD DIDÁCTICA 6 OTROS SERVICIOS

PRESTACIONES MÁS HABITUALES DEL SEGURO DE VIAJE

- >Asistencia personal
- >Responsabilidad civil
- >Equipajes
- >Demora y retrasos
- >Gastos de anulación de viaje
- >Asistencia al vehículo



UNIDAD DIDÁCTICA 6 OTROS SERVICIOS

TIPOS DE SEGUROS DE VIAJES

- >Seguro colectivo para programaciones
- >Seguro suscrito por las Asociaciones Empresariales de AA.VV
- >Seguro individual voluntario
- >SOV, Seguro Obligatorio de Viajeros
- >Seguro de tarjetas de crédito.



> Evaluación:

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos. Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

AUTOEVALUACIÓN

- Según lo dispuesto al respecto por la Junta de Andalucía, los establecimientos hoteleros en nuestra comunidad se clasifican:**
 - En hoteles, pensiones y hostales.
 - En hoteles de varias categorías y pensiones.
 - En hoteles, hoteles apartamentos de varias categorías, y pensiones.
- Los tipos de reservas más utilizados por las agencias de viajes son:**
 - Individuales, grupos y cupos.
 - Individuales y grupos.
 - Individuales, cupos y contingentes.
- Todos los cupos suelen tener un tiempo límite, en que la agencia puede devolver las plazas no vendidas sin coste alguno. Una vez pasado ese tiempo, la agencia asume el riesgo de los gastos de las plazas que devolviera, a esto en el argot de turismo se llama:**

- a. On request
 - b. Release
 - c. Overbooking
4. El producto de sólo alojamiento lanzado a la oferta por las AAVV mayoristas, en destinos de costa, nieve o montaña, dirigido especialmente al segmento vacacional se llama:
- b. Servicios sueltos.
 - c. Estancias
 - d. Circuito
- 5.Cuál de los siguientes tipos no son propios de una reserva de cupos utilizada por una AV mayorista:
- a. Back to back
 - b. Series
 - c. Come to back
6. En la Restauración actual la introducción de nuevas formas de gestión y marketing ha generado nuevos hábitos en el placer de comer fuera de casa y han surgido una variedad de cocinas, señala cuál no sería una de ellas:
- a. Cocina de diseño
 - b. El Catering
 - c. El Fast-food
7. El seguro de viaje que contrata opcionalmente el /la viajero/a, para ampliar coberturas y cubrir los posibles gastos de cancelación en caso de desistimiento por su parte del viaje cuando contrata un viaje programado o paquete turístico, se llama:
- a. Seguro obligatorio de viajeros, SOV.
 - b. Seguro individual voluntario
 - c. Seguro colectivo voluntario
- 8.Cuál de estos servicios no ofrece la agencia de viajes:
- a. Venta de entradas a espectáculos.
 - b. Venta de guías de viaje.
 - c. Venta de souvenirs de los destinos turísticos.
9. El departamento que se encarga de la planificación y organización de las actividades de la clientela de un establecimiento hotelero destinadas a animar, a estimular la vida física, mental y afectiva de los/as clientes/as se llama:

- a. Relaciones Públicas.
- b. Recursos Humanos.
- c. Animación Turística.

10. Señala cuál de estas características sobre las cadenas hoteleras no es verdad:

- a. Al ser una cadena todos sus hoteles son iguales.
- b. Suelen utilizar la misma marca comercial.
- c. Editan guías con todos sus establecimientos.

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	C	A	B	B	C	A	B	C	C	A

○ **Solución del Supuesto Práctico 1:**

1. Neto: $40 \text{ €} - 10 \% \text{ comisión} + 7\% \text{ IVA} \times 2 \text{ pax} \times 4 \text{ noches} = 308,16 \text{ €}$
 Bruto: $40 \text{ €} + 7 \% \text{ IVA} \times 2 \text{ pax} \times 4 \text{ noches} = 342,40 \text{ €}$

2. Neto: $(40\text{€} + 20\text{€} + 12 \text{ €}) - 10 \% + 7 \% \times 3 = 208 \text{ €}$
 Bruto: $(40\text{€} + 20\text{€} + 12 \text{ €}) + 7 \% \times 3 = 231,12 \text{ €}$

3. Neto: $(40\text{€} \text{ prix} \times \text{pax en dbl.} + 12\text{€} \text{ desayuno}) - 10\% \text{ comisión} + 7\% \text{ IVA} \times 2 \text{ noches} = 100,15 \text{ €}$ ya tenemos el precio por persona en doble, es decir para la 1ª y la 2ª pax, neto y por el total de la estancia.

Después calculamos el prix de la 3ª pax que es diferente:

$40 \text{ €} - 15 \% \text{ descuento} + 12 \text{ €} \text{ desayuno} - 10 \% \text{ comisión} + 7\% \text{ IVA} \times 2 \text{ noches de estancia} = 88,60 \text{ €}$

Por último para calcular el precio total de la habitación triple las 2 noches sumamos las personas:

$100,15 \text{ €} \times 2 \text{ pax} + 88,60 \text{ €} \times 1 \text{ pax} (3^{\text{a}} \text{ pax}) = 288,90 \text{ €}$ precio total neto.

Bruto: Es idéntico pero sin comisionarlo al 10 %, es decir:

$(40\text{€} \text{ prix} \times \text{pax en dbl.} + 12\text{€} \text{ desayuno}) + 7\% \text{ IVA} \times 2 \text{ noches} = 111,28 \text{ €}$ ya tenemos el precio por persona en doble, es decir para la 1ª y la 2ª pax, neto y por el total de la estancia.

Después calculamos el prix de la 3ª pax que es diferente:

$40 \text{ €} - 15 \% \text{ descuento} + 12 \text{ €} \text{ desayuno} + 7\% \text{ IVA} \times 2 \text{ noches de}$

estancia = 98,44 €

Por último para calcular el precio total de la habitación triple las 2 noches sumamos las personas:

$111,28 \text{ €} \times 2 \text{ pax} + 98,44 \text{ €} \times 1 \text{ pax} (3^{\text{a}} \text{ pax}) = 321,00 \text{ €}$ precio total neto.

o **Solución del Supuesto Práctico 2:**

1. Llamo al hotel, hablo con el departamento de reservas si lo hay, o con el Dpto. de recepción en tal caso.
2. Doy Nombre de la agencia y el mío propio como agente.
3. N° y tipo de habitaciones solicitadas en cada caso.
4. Fechas
5. Régimen
6. Precios: si el/la cliente/a está conforme con los precios, continuamos el proceso de reserva:
7. Nombre de los/as clientes/as
8. Documentación y forma de pago: en este caso el cliente va a ir con bono de agencia al hotel, por lo que el pago total de la habitación e IVA se efectuará en la agencia.
9. Nombre de la persona que confirma la reserva
10. Conviene que posteriormente reconfirmemos la reserva por escrito con el hotel para evitar problemas.

MÓDULO 7: FORMAS DE VIAJE

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina "Formas de viaje" y constituye el séptimo módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
-----------------------	-------------------------

Conocer las principales diferencias entre el paquete turístico y el viaje a la medida.	Saber diferenciar las características de estos dos tipos de viajes y saber por qué ventajas y en qué momentos el/la agente de viajes deberá ofrecer uno u otro.
Destacar la importancia de los viajes profesionales y conocer sus tipos.	Entender las ventajas del mercado profesional para las agencias de viajes y de la conveniencia de trabajar con este tipo de viajes y clientes/as.
Conocer el mercado de las reuniones y los congresos.	Saber ofertar este mercado y gestionarlo a través de la agencia de viajes.

➤ **Actitudes:**

- Capacidad de diferenciar los diferentes tipos de viajes que existen y saber cuál y en qué momento ofrecer uno u otro.

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Paquete turístico y viaje a la medida
- Unidad Didáctica 2: Los viajes profesionales
- Unidad Didáctica 3: Organización de un congreso

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 30 horas, de las cuales 8 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2 horas se dedica a la evaluación. Por tanto, las 20 horas restantes se dividirán entre las tres unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Los contenidos que se van a desarrollar en el presente módulo son los siguientes:

Unidad Didáctica 1: PAQUETE TURÍSTICO Y VIAJE A LA MEDIDA

- Evolución en la producción de viajes
- Viajes programados o paquetes
 - Tipos de paquetes
 - Cómo vender los paquetes o programados
 - Consejos prácticos para la utilización de los programas de viajes
 - Reserva y emisión de la documentación
 - La documentación
- Viajes Forfaits o a la medida
 - Características
 - Casos en los que ofrecer Forfaits
 - Reserva y emisión de la documentación

Unidad Didáctica 2: LOS VIAJES PROFESIONALES

- Introducción
- Características principales
- Estrategias para la captación del mercado profesional
- La agencia de viajes y el mercado profesional

Unidad Didáctica 3: ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO

- Organización de un congreso

○ **Contenidos Prácticos:**

Dadas las características del módulo se propone como ejercicio la resolución de dos supuestos prácticos en el que poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Supón que en tu agencia vas a organizar un congreso, sitúate en la fase de operación, e indica qué actividades principales deberás realizar y los aspectos mínimos que hay que tener en cuenta para la organización.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Por lo que has aprendido en este módulo, señala cuál sería el perfil de los/as clientes/as profesionales en cuanto a viajes individuales se refiere, y enumera las razones más importantes por las que las AAVV persiguen la captación de este mercado.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 6 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye apartados diferenciados con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/a alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al productor/a, distribuidor/a, etc.

○ Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Formas de viaje
- Objetivos generales del módulo: marcar las diferencias entre el paquete turístico y el viaje a la medida y entender la importancia de los viajes profesionales para las agencias de viajes.
- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Paquete turístico y viaje a la medida
 - Unidad Didáctica 2: Los viajes profesionales
 - Unidad Didáctica 3: Organización de un congreso

- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o La Metodología en la FPO:

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste/a junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.
2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:
 - b) Saber diferenciar entre Paquete turístico y viaje a la medida.
 - c) Tomar conciencia de la importancia que tienen para la agencia de viajes los viajes profesionales.
3. La persona que se dedique a la impartición de este módulo podrá utilizar ejemplos reales de viajes, y del mercado de las reuniones para hacer una explicación más orientada a la vida real.
4. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para que el alumnado tenga más fácil la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias. A continuación mostramos unas transparencias con el objetivo de que se puedan utilizar en la impartición de este módulo:

UNIDAD DIDÁCTICA 1 PAQUETE TURÍSTICO Y VIAJE A LA MEDIDA

TIPOS DE VIAJES TURÍSTICOS

- Paquetes turísticos o viajes a la oferta
- Fortaits o viajes a la demanda.

UNIDAD DIDÁCTICA 1 PAQUETE TURÍSTICO Y VIAJE A LA MEDIDA

TIPOS DE PAQUETES O PROGRAMAS A LA OFERTA

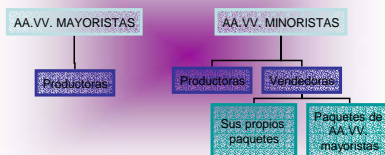
Se clasifican por:

- La situación geográfica
- La temporada
- Las motivaciones
- Los segmentos del mercado
- Los acontecimientos especiales
- La duración del viaje
- El medio de transporte
- Los servicios que incluye



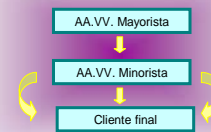
UNIDAD DIDÁCTICA 1 PAQUETE TURÍSTICO Y VIAJE A LA MEDIDA

FUNCIÓN PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE LAS AA.VV. EN EL PAQUETE TURÍSTICO



UNIDAD DIDÁCTICA 1 PAQUETE TURÍSTICO Y VIAJE A LA MEDIDA

PRODUCCIÓN Y VENTA DEL PAQUETE TURÍSTICO



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LOS VIAJES PROFESIONALES

EL MERCADO PROFESIONAL: OBJETIVO DE LAS AA.VV.

- VIAJES INDIVIDUALES: cliente/a de empresa
- VIAJES COLECTIVOS: mercado de reuniones

UNIDAD DIDÁCTICA 2 LOS VIAJES PROFESIONALES

PRODUCTOS DEL MERCADO DE REUNIONES

- Convenciones
- Congresos
- Conferencias
- Ferias y exposiciones
- Viajes de incentivos
- Viajes de vacaciones para grupos de empresa
- Otros servicios



UNIDAD DIDÁCTICA 3 ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO

FASES PARA LA ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO

- **Diseño**
 1. Elección del comité
 2. Elección de la sede
 3. Elección de fechas
 4. Diseño programa científico
 5. Diseño programa social
 6. Planificación general
 7. presupuesto
- **Contratación**
- **Operación**
 1. Fase pre-congreso
 2. Fase durante el congreso
 3. Fase post-congreso



➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos. Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

AUTOEVALUACIÓN

1. Los tipos de viajes que comercializan las AAVV minoristas son:

- a. Los paquetes turísticos y los viajes a la oferta.
- b. Los paquetes turísticos y los viajes a la demanda.
- c. Los forfaits y los viajes a la medida.

2. Señala cuál de los siguientes bloques de clasificación no corresponde a la clasificación sobre los tipos de paquetes turísticos:

- a. Por la situación geográfica.
- b. Por el medio de transporte.
- c. Por el importe global de los servicios.

3. Las agencias de viajes que pueden producir y vender al/ a la consumidora final los paquetes turísticos que confeccione es:

- a. La agencia de viajes minorista, además que podrá vender los paquetes de las mayoristas.
- b. La minorista.
- c. La mayorista, la minorista sólo puede vender los paquetes producidos por la mayorista.

4. El/la agente de viajes con la aparición y la comercialización de los paquetes turísticos ejercen la función de:

- a. Productores/as.
- b. Distribuidores/as.
- c. Informadores/as.

5. Señala de entre las que se relacionan a continuación, cuál es una de las razones por las que las agencias de viajes quieren captar el mercado de empresas y viajes profesionales:

- a. Porque se trata de un cliente muy elástico.
- b. Porque regula la estacionalidad.
- c. Porque no efectúan cambios sobre sus viajes.

6. Cuáles son las fases para la organización de un congreso:

- a. Diseño, contratación y operación.
- b. Diseño y operación.
- c. Diseño, contratación, operación y fase de post congreso.

7. El viaje profesional cuyo objeto es la investigación, el reciclaje y las relaciones profesionales y el elemento primordial es el programa científico, es:

- a. La Convención.
- b. Las Ferias.
- c. El Congreso.

8. Los viajes profesionales que persiguen la motivación de los/as empleados/as, distribuidores/as, vendedores/as o consumidores a realizar un esfuerzo extra recibiendo a cambio un viaje, se llama:

- a. Viaje de vacaciones para grupos de empresa.
- b. Convención.
- c. Viaje de incentivo.

9. Señala en cuál de los siguientes casos el/la agente de viajes debería ofrecer un forfait a su cliente/a:

- a. Cuando se trate de un viaje profesional, incentivos o congresos.
- b. Cuando se quiera obtener mayor beneficio por la venta.
- c. Cuando se quiera ahorrar en tiempo de preparación.

10. Cuando el /la agente de viajes entregue presupuesto de viaje a la medida a su cliente/a, deberá:

- a. No informar en que el presupuesto está sujeto a disponibilidad.
- b. Ofertar sin garantizar las plazas.
- c. Tomar sólo el depósito del/ de la cliente/a una vez queden confirmados todos los servicios reservados.

o **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	B	C	A	B	B	A	C	C	A	B

o **Solución del Supuesto Práctico 1:**

1. Fase pre-congreso: Lo que haremos antes del congreso

- Creación y funcionamiento de la Secretaría.
- Reserva de todos los servicios: reservamos hoteles en las diferentes categorías, la sede, los restaurantes, las comidas, material audiovisual, etc .
- Diseñamos e imprimimos los programas y las carpetas.
- Enviamos las programas.
- Contratamos equipos técnicos humanos.
- Recepcionamos inscripciones
- Realizamos las acciones de promoción del Congreso.

Unos días antes del Congreso:

- Enviamos las rooming list definitiva a los hoteles.
- Preparamos las documentaciones.
- Montamos los stands en la sede de celebración.
- Colocamos señalizaciones en la sede, en los hoteles, ...
- Enviamos la documentación a los invitados.

2. Fase durante el congreso:

- Trasladaremos la base de operaciones a la sede principal del congreso.
- Recepcionamos invitados, participantes y acompañantes.
- Supervisamos el cumplimiento del programa del congreso, tanto el científico, como el social y el de los acompañantes.

3. Fase post-congreso: Lo que hacemos después del congreso.

- Coordinamos los viajes después del congreso.
- Transcribimos las documentaciones científicas.
- Realizamos un catálogo-resumen que imprimimos.
- Liquidamos y pagamos todas las facturas.
- Realizamos el control de calidad del producto ofrecido.

o **Solución del Supuesto Práctico 2:**

Perfil del/ de la viajero/a profesional:

- Poco sensible al precio porque viajan por necesidad, y en muchos casos no pagan su propio el viaje.
- Inelástico, no aceptan los cambios en fechas u horarios porque viaja sometido/a a un programa.
- Exige rapidez.

- Exige eficacia, un viaje sin imprevistos.
- Exige confort, está mucho tiempo fuera de casa y espera sentirse cómodo.
- Cuida la imagen personal y profesional, le gustan los servicios de calidad.

Razones para que la captación del mercado profesional sea un objetivo para la AV:

- Regula la estacionalidad porque viaja en temporada media y baja, cuando no lo hace el mercado vacacional.
- Es poco sensible al precio y a otras condiciones externas.
- Permite mantener la plantilla de la AV todo el año, ya que regula las temporadas.
- Su gasto medio por persona es más alto que el del/ de la cliente/a vacacional.
- Al tener acuerdo de empresa podemos captar otros viajes profesionales de grupo que la empresa organice y que reportan grandes beneficios a la AV.

MÓDULO 8: TÉCNICAS DE VENTA, ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO

➤ **Denominación del Módulo:**

El módulo se denomina "Técnica de ventas, atención al cliente y calidad de servicio" y constituye el octavo módulo formativo del material didáctico.

➤ **Objetivos específicos y criterios de evaluación.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Conocer los conceptos básicos sobre técnicas de comunicación y atención al/ a la cliente/a y técnicas de venta.	Adquirir estos conocimientos y las principales técnicas de venta y cierre de la venta.
Conocer los principales aspectos del proceso de atención, información y venta al público para llegar a la calidad del servicio.	Saber cómo atender a los/as clientes aplicando las técnicas de atención y venta que se estudian en el módulo.

Conocer los sistemas de calidad y de control de la calidad.

Ser capaz de poner en práctica todos estos conocimientos para llegar a la calidad en el servicio.

➤ **Actitudes:**

- Actitud abierta y comprensiva hacia las técnicas de atención, información y venta al público
- Interés hacia la venta de productos y servicios turísticos

➤ **Unidades didácticas y temporalización:**

- Unidad Didáctica 1: Técnicas de comunicación y atención al cliente/a
- Unidad Didáctica 2: La venta de productos y servicios turísticos
- Unidad Didáctica 3: Calidad de servicio

El tiempo que se va a dedicar al módulo completo son 40 horas, de las cuales 12 horas se dirigen a la realización de los ejercicios prácticos, mientras que 2,5 horas se dedica a la evaluación. Por tanto, las 25,5 horas restantes se dividirán entre las tres unidades didácticas.

➤ **Contenidos Formativos:**

○ **Contenidos Teóricos:**

Los contenidos que se van a desarrollar en el presente módulo son los siguientes:

Unidad Didáctica 1: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL/ A LA CLIENTE/A

- La prospección y el primer contacto
- El momento de la verdad

Unidad Didáctica 2: LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

- Técnicas de venta más importantes
- Cómo cerrar una venta
- Cómo preparar un cierre natural

Unidad Didáctica 3: CALIDAD DE SERVICIO

- Introducción

- Aspectos importantes de la calidad
- La medición de la calidad de servicio
- Sistemas de calidad y control de calidad
- Las quejas y reclamaciones

○ Contenidos Prácticos:

Dadas las características teóricas del módulo se propone como ejercicio la resolución de dos supuestos prácticos en el que poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos.

SUPUESTO PRÁCTICO 1

Sitúate en tu puesto de trabajo en la agencia de viajes, piensa en todo lo que has aprendido en este material didáctico, que serían funciones, cualidades, actitudes y aptitudes tuyas en la agencia y desarrollando tus conocimientos señala al menos cuatro que correspondieran a tu saber hacer y cuatro a tu saber estar.

SUPUESTO PRÁCTICO 2

Por lo que has aprendido en este módulo, y ejerciendo un poco tu imaginación, vamos a tratar las expectativas de los/as clientes/as. ¿Qué esperan los/as clientes/as de tí cuando entran y desde que entran en tu agencia?. Señala al menos 5 expectativas, cuantas más pienses mejor, por muy básicas que te puedan parecer.

➤ Metodología:

○ Características generales:

Este material es bivalente, puesto que se puede utilizar tanto para la formación presencial como para la educación a distancia. Los materiales se han elaborado teniendo en cuenta ambas opciones, resultando por tanto un material flexible y adecuado para ambos tipos de formación.

Por otro lado, tenemos que destacar que el material dispuesto para el módulo 6 presenta ciertas características definitorias, entre las que se encuentra que no es sólo un material que contiene información, sino que también incluye apartados diferenciados con el objetivo de facilitar el aprendizaje del/a alumno/a, puesto que el/la alumno/a no aprende solamente con la lectura, sino que también desarrolla su proceso de aprendizaje mediante la observación de esquemas y cuadros y mediante la práctica.

Además, es necesario destacar que el material se ha realizado intentando mantener siempre un equilibrio, basado en la organización y estructuración de los contenidos teóricos por un lado, y la presentación de actividades prácticas y de auto evaluación por otro, procurando siempre que estas se presentaran en el momento necesario, cuando el/la alumno/a tenga la necesidad de reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y llevarlos a la práctica.

Finalmente, al igual que en el resto de materiales, hay que señalar que hemos utilizado en la redacción del material ambos géneros es decir, nos hemos referido al cliente/a, vendedor/a, etc.

o Estructura de los Materiales Didácticos:

Los materiales presentados para este curso siguen una estructura modular. Ello quiere decir que se presentan organizados en módulos, que a su vez se distribuyen en unidades didácticas. Cada módulo se organiza en los siguientes apartados:

- Título del módulo: Técnicas de venta, atención al cliente y calidad de servicio.
- Objetivos generales del módulo: adquirir las técnicas de venta y atención al público necesarias para conseguir los objetivos como vendedor/a y llegar a la calidad de servicio.
- Organización y contenidos de las unidades didácticas que lo forman:
 - Unidad Didáctica 1: Técnicas de comunicación y atención al cliente/a
 - Unidad Didáctica 2: La venta de productos y servicios turísticos
 - Unidad Didáctica 3: Calidad de servicio
- Ideas clave del módulo.
- Autoevaluación de los contenidos del módulo.
- Actividades prácticas.

o La Metodología en la FPO:

El/la formador/a debe conocer la importancia de la metodología en el proceso enseñanza-aprendizaje, y, en consecuencia, elegir para la exposición de contenidos la metodología que mejor se adapte a las necesidades y características del grupo y de la materia, con el fin de conseguir los mejores resultados posibles. A pesar de que la elección de la metodología más adecuada es labor del/la formador/a, planteamos a continuación algunas características que le pueden ayudar a decidir la metodología que va a utilizar:

1. Perfil del/la alumno/a al que va dirigido el curso: El/la profesor/a debe tener en cuenta el perfil de alumnado al que se dirige, puesto que el conocimiento de éste/a junto con sus expectativas y actitudes le ayudará a elegir la metodología que mejor se adapta a ellos. En cualquier caso, sea cual sea la metodología que se utilice es necesario prestar atención a la existencia de diversidad, tanto en aptitudes como en objetivos dentro del propio alumnado, que deberá ser atendida de forma correcta.
2. Los fines u objetivos que se pretenden conseguir con este módulo y sus unidades didácticas: En este caso los objetivos son los siguientes:
 - a) Adquirir los conocimientos básicos sobre técnicas de comunicación al cliente/a y adquirir las técnicas de venta y cierre de ventas.
 - b) Llegar a la calidad de nuestro servicio a través de estos conocimientos, y conocer los sistemas de calidad y de control de la calidad para aplicarlos a la actividad del/de la agente de viajes.
3. La persona que se dedique a la impartición de este módulo podrá utilizar ejemplos de empresas reales y de casos, para hacer una explicación más orientada a la vida real.
4. Se podrá utilizar presentaciones powerpoint en las que se ofrezcan los contenidos de forma atractiva para que el alumnado tenga más fácil la comprensión de los contenidos y también puede utilizar diferentes medios y materiales didácticos como pueden ser el uso de retroproyector con transparencias. A continuación mostramos unas transparencias con el objetivo de que se puedan utilizar en la impartición de este módulo:

**UNIDAD DIDÁCTICA 1
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y
ATENCIÓN AL CLIENTE/A**

LA PROSPECCIÓN

Recopilación de datos sobre:

- > *La organización*
- > *Los productos y servicios*
- > *La competencia*
- > *Los/as clientes/as*
- > *Primera compra o cliente/a fidelizado/a*

**UNIDAD DIDÁCTICA 1
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y
ATENCIÓN AL CLIENTE/A**

PRIMER CONTACTO

- > *Por iniciativa de la AV*
- > *Por iniciativa del/de la cliente/a*

UNIDAD DIDÁCTICA 1 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/A

EL MOMENTO DE LA VERDAD

- La amabilidad y la educación
- Actitudes positivas
- Actitudes negativas
- Los gestos
- Los gestos del/de la cliente/a
- La comunicación y la información
- La prestación del servicio solicitado
- Las colas

UNIDAD DIDÁCTICA 1 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/A

ACTUACIONES POSITIVAS EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

- Sonreír
- Mirar a los ojos
- Escuchar
- Informar
- Adecuar el tono de voz
- Interpretar el lenguaje corporal
- Escoger el momento para concluir
- Despedirse estrechando la mano: contacto corporal



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

TÉCNICAS DE VENTA

Etapas del proceso de venta:

- Pre-acercamiento
- Acercamiento
- Presentación de ventas
- Objeciones
- Cierre

UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

TIPOS DE OBJECIONES

- Tiempo
- Precio
- Fuente
- Competencia



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

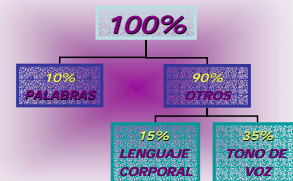
LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN. EL DIÁLOGO: UNA MONEDA DE DOS CARAS



- Lo que estoy diciendo
- Lo que realmente estoy diciendo
- Lo que oye el/la cliente/a
- Lo que piensa que oye
- Lo que el/la cliente/a dice
- Lo que pienso que dice

UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

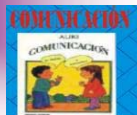
COMUNICACIÓN PERSONAL



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

CONSEJOS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN

- Dejar hablar
- Hacer que el/la cliente/a se sienta cómodo/a
- Demostrar interés
- Evitar distracciones
- No interrumpir
- No perder el control
- Evitar las discusiones



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

CUALIDADES DE UN/A VENDEDOR/A

- Ser agradable
- Mostrar interés
- Ser tolerante
- Ser adaptable
- Ser servicial
- Tener buena imagen



UNIDAD DIDÁCTICA 2 LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

ATRIBUTOS PERSONALES QUE HACEN DE UN/A VENEDOR/A EL/LA MEJOR

- Empuje
- Confianza en sí mismo
- Agresividad
- Imaginación
- Ética



UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

$$\text{CALIDAD PERCIBIDA} = \frac{\text{SERVICIO PERCIBIDO}}{\text{SERVICIO ESPERADO}}$$



UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

ASPECTOS IMPORTANTES DE LA CALIDAD

- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- empatía



UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

FORMAS DE LLEGAR A LA CALIDAD DE NUESTRO SERVICIO

- Quejas y reclamaciones
- El Cliente misterioso
- La encuesta a los/as clientes/as

UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

SISTEMAS DE CONTROL DE LA CALIDAD

- Realización de encuestas
- Informes de empresas que participan en el proceso
- Informe de la empresa responsable del viaje o servicio turístico
- Auditorias por empresas especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

CALIDAD Y FORMACIÓN

Los 2 factores decisivos para conseguir la calidad de los servicios.

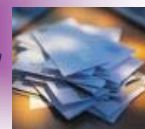
1. Las personas
2. La mejora continua



UNIDAD DIDÁCTICA 3 CALIDAD DEL SERVICIO

ACTITUD FRENTE A LAS RECLAMACIONES

- Evitar actitudes agresivas – actitud mental
- Escuchar
- No quitar importancia
- Tranquilizar
- No echar la culpa a otro/a
- Rapidez
- Empatía
- Pedir disculpas
- Predisposición a solucionar





➤ **Evaluación:**

La evaluación se desarrolla a través de las actividades de autoevaluación, que en este caso consisten en diez preguntas tipo test sobre los aspectos más importantes del módulo. La evaluación está abierta de todas formas a las necesidades del/la formador/a, que también debe valorar la resolución de los ejercicios prácticos. Las cuestiones propuestas en la Autoevaluación son las siguientes:

AUTOEVALUACIÓN

1. Señala cuál es una actitud positiva en la atención al público:

- Informar y saber dar un NO por respuesta.
- No utilizar el contacto personal.
- Adecuar el tono de voz.

2. Señala cuál de las siguientes serían cualidades de un/a vendedor/a:

- Ser adaptable.
- Ser autoritario/a.
- Ser frío/a y no mostrar excesivo interés.

- 3. Señala cuál de los siguientes aspectos se consideran de entre los cuatro más importantes de la calidad:**
- La empatía.
 - La imagen.
 - La ética.
- 4. Indica cuál de los siguientes sistemas no es un sistema de control de la calidad:**
- La realización de encuestas.
 - Las quejas y reclamaciones.
 - Las auditorias por empresas especializadas.
- 5. Señala cuál de las siguientes actitudes no es la recomendada frente a una reclamación:**
- Quitar importancia.
 - Escuchar.
 - Empatía.
- 6. Señala cuál es el grupo de etapas del proceso de venta correcto de entre los que se proponen a continuación:**
- Pre-acercamiento, acercamiento, presentación de ventas, y cierre de ventas.
 - Pre-acercamiento, acercamiento, presentación de ventas, tratamiento de objeciones y cierre de ventas.
 - Acercamiento, presentación de ventas, tratamiento de objeciones y dar respuesta a las objeciones.
- 7. Señala cuál de las siguientes acciones no formaría parte de las técnicas para el proceso del cierre de ventas:**
- Revisar los puntos de ventas.
 - Ofrecer otra opción.
 - Reducir las opciones.
- 8. Indica cuál crees que sería unos de los mejores pasos a seguir para conseguir una venta:**
- Repetir el nombre del/de la cliente/a continuamente: hace que se sienta importante para nosotros.
 - No apoyarse en los/as compañeros/as: da impresión de inseguridad o falta de conocimiento.
 - Forzar el cierre de ventas: intentar que el/la cliente/a no se vaya sin haber realizado reserva.

9. Aunque los/as agentes de viajes se encuentran con diversos tipos de objeciones, la mayor parte están relacionadas con cuatro aspectos. Señala cuál de los que te presentamos no es uno de ellos:

- a. Empuje.
- b. Tiempo.
- c. Precio.

10. Di cuál es la fórmula que se utiliza para expresar la calidad:

- a. Calidad esperada= calidad percibida – servicio esperado.
- b. Calidad percibida= servicio percibido – servicio esperado.
- c. Calidad percibida= servicio percibido.

➤ **Solucionarios:**

○ **Soluciones de la Autoevaluación:**

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RESPUESTAS	C	C	A	B	A	B	B	C	A	B

○ **Solución del Supuesto Práctico 1:**

Te enumeramos algunas más para que puedas entender la diferencia entre saber hacer y saber estar.

SABER HACER

- Disponer de material promocional suficiente.
- Informar siempre correctamente.
- Conocer las promociones aplicables.
- Conocer los principales atractivos de los destinos turísticos.
- Conocer las mejores tarifas aéreas existentes.
- Cumplimentar sin errores toda la documentación.
- Mantener la oficina y el archivo en orden.
- Hablar en los términos que el/la cliente/a nos entienda.

SABER ESTAR

- Trabajar en equipo.
- Sonreír.
- No dar un NO por respuesta.
- No gesticular en exceso.
- Ser amables y educados/as.

- Adecuar el tono de voz.
- Utilizar el vocabulario adecuado.
- Llamar al/a la cliente/a por su nombre.

o **Solución del Supuesto Práctico 2:**

Te marcamos algunas de las que los/as clientes/as esperan de ti desde que entran en tu oficina, se sientan a ser atendidos/as en tu mesa, o te llaman por teléfono;

- Ser vistos/as
- Ser atendidos/as
- Ser reconocidos/as
- Sentirse cómodos/as
- Ser tranquilizados/as
- Ser informados/as
- No esperar demasiado
- Ser orientados/as hacia una buena dirección
- Recibir un trato especial
- Recibir un buen servicio
- Ser ayudados/as
- No sentirse engañados/as
- Reservar la mejor opción posible
- Sentirse seguros/as
- El/la cliente/a necesita sentir que es importante para ti.